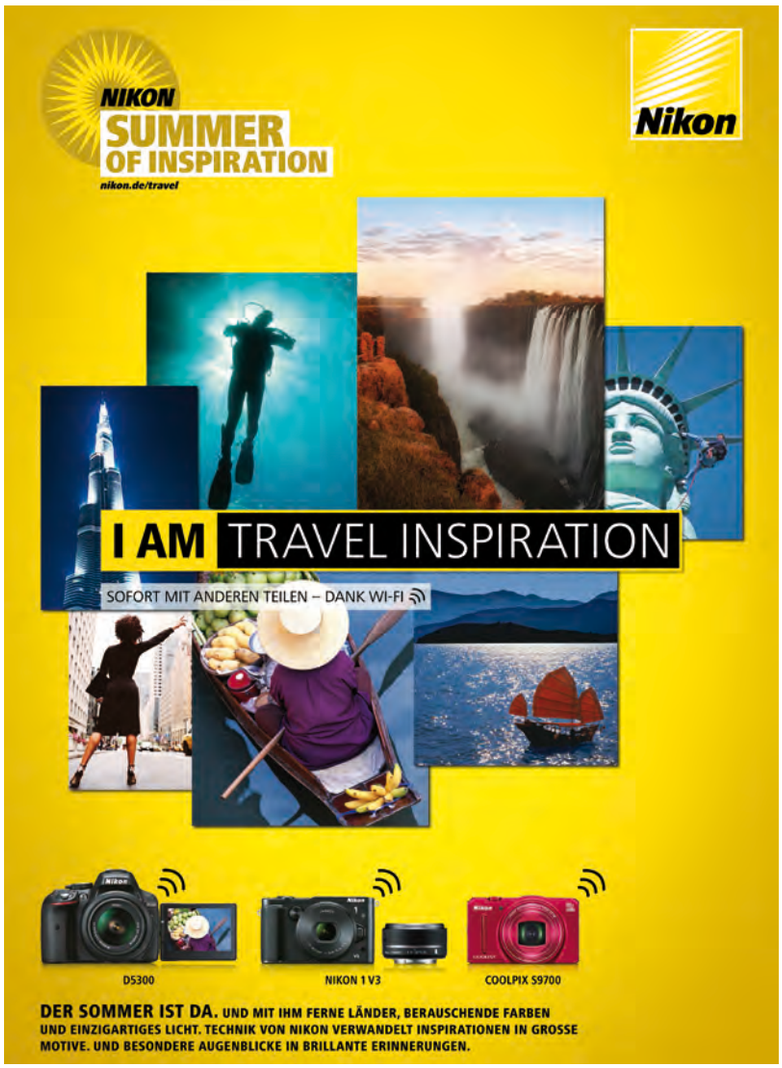
P.O.S. Media GmbH · Leostraße 31 · 40545 Düsseldorf · Telefon 0211 8 62 99 20 · Pressesendung G 50360 · 15. Jahrg. · D € 3,25; A € 3,35; CH sfr. 5,–

Energie+Licht
Consumer Electronics · Digital Imaging · Personal Computing + Telekommunikation

CE&TRADE
digitalMarkt
Juli 2014

www.ce-trade.de


NIKON
SUMMER
OF INSPIRATION
nikon.de/travel
Nikon
I AM TRAVEL INSPIRATION
SOFORT MIT ANDEREN TEILEN – DANK WI-FI
D5300
NIKON 1 V3
COOLPIX S9700
DER SOMMER IST DA. UND MIT IHM FERNE LÄNDER, BERAUSCHENDE FARBEN UND EINZIGARTIGES LICHT. TECHNIK VON NIKON VERWANDELT INSPIRATIONEN IN GROSSE MOTIVE. UND BESONDERE AUGENBLICKE IN BRILLANTE ERINNERUNGEN.

Nikon aktiv – noch bis Ende Juli läuft die große Sommer-Kampagne mit werbewirksamen Abverkauf-Promotions.

Starke Ferienzeit-Kampagne

Nikon: SUMMER OF INSPIRATION

Der Sommer ist da und mit ihm die Reisezeit. Ob Reisen in der Nähe oder in ferne Länder – es erwarten uns berauschende Farben und einzigartiges Licht. Mit der groß angelegten Kampagne „SUMMER OF INSPIRATION“ startet Nikon in die schönste Zeit des Jahres und möchte die Konsumenten zu hochwertigerer Fotografie inspirieren. Im Fokus der Kampagne stehen dabei insbesondere Konsumenten, die Fotografie bereits als Hobby für sich entdeckt haben oder beabsichtigen, sich der Fotografie als Hobby zuzuwenden.

Martin Broderick – „Unsere Sommer-Kampagne geht neue Wege in der Kommunikation und Kundenansprache, um potenzielle Käufer noch nachhaltiger zu erreichen.“

Auf einer speziellen Kampagnen-Microsite werden die Kameramodelle vorgestellt, die sich abhängig von den individuellen Bedürfnissen der Konsumenten besonders gut für die Urlaubsreise im Sommer 2014 eignen. Neben den digitalen Spiegelreflexkameras Nikon D800, D610, D7100 und D5300 und zwei Nikon-1-Systemkameras (Nikon 1 V3, Nikon 1 AW1) gehören auch die hochwertigen Kompaktkameras COOLPIX S9700 und S9600 dazu. Die Nikon-Kampagne beinhaltet umfangreiche Kommunikationsmaßnahmen in Print- und Online-Medien im Reise-, Lifestyle und Fotografie-Umfeld. Ein starker POS-Auftritt wird den Wiedererkennungswert am Verkaufspunkt erhöhen. Wesentlicher Bestandteil ist eine CASHBACK-Aktion für insgesamt 15 FX-, DX- und Nikon-1-Objektive, die den Konsumenten Rabatte von 35 bis 200 Euro gewährt.

Weiter auf Seite 17

Mark Hüsges, neuer Chef bei Loewe, will mit neuen Ideen und Produkten Loewe dem Handel wieder schmackhaft machen. Seite 8

photokina: Sind Technik-Messen in Zeiten der Online-Recherche noch zeitgemäß? Die photokina-Macher beantworten diese Frage ganz eindeutig. Seite 6

Weltradio per Internet: Bose SoundTouch liefert Radiosender weltweit per Internet, streamt Musik und bietet starken Sound. Seite 15

Panasonic: FZ1000 heißt das nagelneue Topmodell innerhalb der Lumix-Modellreihe – ausgestattet mit allem, was nützlich ist. Seite 18

WIEDER AUSGEZEICHNET

Bei der Vergabe des Plus X Award 2014 wurde Bose erneut mit dem „Most Innovative Brand Award“ in der Kategorie Home Entertainment Audio geehrt. Nach 2007, 2008, 2010 und 2013 erhielt Bose nun zum fünften Mal diese besondere Auszeichnung.

PLUS X AWARD®
BOSE
MOST INNOVATIVE BRAND 2014

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Innovation
High Quality
Design
Bedienkomfort

Auch 2014 setzen innovative, unverwechselbare Bose® Produkte mit einzigartigen Vorteilen die neuen Maßstäbe.

Weitere Produkte wurden ausgezeichnet:

SoundTouch™ 30 WiFi® Music System
SoundTouch™ Portable WiFi® Music System
Wave® SoundTouch™ Music System

Ein vorbildliches Bose Vertriebskonzept mit starken Partnern macht diese Innovationen in unserem Markt erfolgreich.

Wir danken unseren Handelspartnern!

BOSE®
Better sound through research®

Bose GmbH • Max-Planck-Str. 36 • D-61381 Friedrichsdorf • Tel.: (0 61 72) 71 04-0 • Fax: (0 61 72) 71 04-19 • www.bose.de
Bose Ges.m.b.H. • Wienerbergstr. 7 • A-1100 Wien • Tel.: (01) 6 04 04 34-0 • Fax: (01) 6 04 04 34-23 • www.bose.at

Namen

Unternehmen

Consumer Electronics

Bose 15
Köln Messe 25
LG 14
Loewe 8
Messe Berlin 5
Panasonic 12
TCL 10
Toshiba 24
Western Digital 24

Foto/Digital Imaging

Canon 17, 21
Fuji 20
Irista 16
JVC 20
Manfrotto 20
Nikon 17, 22
Panasonic 18
Pentax 21
photokina 6
Rollei 20
Samsung 19
Zeiss 21

PC & Kommunikation

Gigaset 26
Samsung 13

Personen

Consumer Electronics

Pietro Alfé 4
Thomas Baumann 8
Sven Elvert 4
Edmund Englich 8
Katharina C. Hamma 25
E. Hao 11
Matthias Händle 4
Mark Hüsges 9
Hans-Joachim Kamp 5
Dongmin Kim 4
Georg Kink 4
Gunter Kürten 14
Boris Levin 8
Tomson Li 10
Andreas Meenen 4
Johannes Merck 4
Sungwan Myung 4
Antoine Salomé 11
Udo Scalla 4
Florian Schumann 4
Martin Steib 8
Thomas Stock 4
Kevin Wang 10
Michael Wiedmann 4

Foto/Digital-Imaging

Martin Broderick 17
Marco Hahn 19
Kai Hudetz 4
Markan Karajica 4
Max Mosley 4
Christian Müller-Rieker 6
Markus Oster 6
Stephanie Renda 4
Bodo Uebber 4

PC & Kommunikation

Peter Küchmeister 4
Dr. Peter Kürpick 4
Torsten Seiferth 4
Torsten Velker 26

Nikon D810 – ganz neu im hochwertigen Modell-Portfolio für die Ansprüche professioneller Fotografen ist die D810. Auf den ersten Blick ähnelt sie der D800E – unsere Datenübersicht macht die vielen Unterschiede im Innenleben der Modelle deutlich.
Seite 22

Auf dem Weg nach Deutschland – in China ist TCL Multimedia einer der größten Anbieter für TV-Displays. Jetzt macht sich das Unternehmen auf, mit innovativen Konzepten und frischem Design den deutschen Markt zu erobern.
Seite 10

Panasonic – In-Ohr- und Auf-Ohr-Kopfhörer für mobile Geräte sind gefragt. Panasonic bringt drei neue Produkte.
Seite 12

PoS-Offensive – zur Einführung seiner neuen SoundPlate- und Soundbar-Systeme liefert LG hochwertige Demo-Displays. Mit Hilfe von hochwertigen Filmtrailern können die Geräte im Verkaufsgespräch den Kunden in Aktion präsentiert werden.
Seite 14

Consumer Electronics

Loewe: Neues Geld, neuer Anfang 8
TCL: China-Marke will stark werden 10
Panasonic: Kopfhörer für mobile Geräte 12
LG: POS-Systeme für SoundPlate- und Soundbar 14
Bose: Internet-Radio in allen Räumen 15
USB-Recording: Aufnahme einfach gemacht 24
Gamescom: Branchenhighlight der Spielefans 25

Telekom und PC

Samsung: Abschied von Android? 13
Gigaset: Elements sichert Haus und Wohnung 26

Foto / Digital Imaging

photokina: Ganz Köln im Zeichen des Bildes 6
Canon und Irista: Neue Online-Plattform 16
Nikon: Große Sommer-Kampagne 17
Panasonic: Lumix-Flaggschiff FZ1000 18
Samsung: NX30 für schnelle Schnappschüsse 19
Plus X Award: Die Ausgezeichneten 20
Nikon: Professionelle D810 22

Wirtschaft

Personen 4
Stimmen/Meinung 4
Messe Berlin: Erzwungener Wechsel 5
Impressum 27

Zippert

Die ersten zwei Minuten Wartezeit bei Anrufen auf Sonderrufnummern sind ab sofort kostenfrei, erst ab der 121. Sekunde kosten sie Geld. Verbraucher können sich also durch geschicktes Telefonieren den ganzen Tag kostenlos in Warteschleifen aufhalten. Das ist ein echter Fortschritt. Die Unternehmen müssen gleichzeitig natürlich hart daran arbeiten, die Warteschleifenaufenthaltsdauer durch hypnotische Befehle zu verlängern, um dann nach 120 Sekunden so richtig zu kassieren, im Gespräch sind zehn Euro pro Minute. Gut, wer zwei Anschlüsse hat, er kann sich vier Minuten kostenlos in den Warteschleifen aufhalten und dort bizarre Ansagen hören. Man muss allerdings aufpassen, dass man nicht doch noch versehentlich mit einem Servicemitarbeiter verbunden wird, sonst kostet es und man ist gezwungen, ein Gespräch führen. Ab Juni 2013 ist der Aufenthalt in Warteschleifen unbegrenzt kostenlos. Dann werden wir schon bald mit der Warteschleifensucht konfrontiert werden und ganz oben auf der Bestsellerliste steht: „Wir warten uns zu Tode“.

Zitiert

„Wahrscheinlich hoffen sie bei Google, dass ich sterbe, bevor es zu einer endgültigen Entscheidung kommt." Ex-Motorsport-Boss **Max Mosley**, 74, streitet seit fünf Jahren mit Google um die Löschung von kompromittierenden Fotos. Er wolle „unerbittlich" weiterkämpfen.

„Zeit"

„Sehr viele Händler erhoffen sich davon Wettbewerbsvorteile. Auf der Konsumentenseite ist der Bedarf bislang gar nicht so groß." ECC-Geschäftsführer **Kai Hudetz** sieht einen großen Vorteil für Händler mit Same-Day-Delivery, nur die Kunden wollen bei dem Trend bisher nicht mitziehen.

wz-newsline.de

„Während der Markt hierzulande konservativ ist, gehen im Ausland Kunden und Verbraucher viel aufgeschlossener mit dem mobilen Zeitalter um." match2blue-CEO **Stephanie Renda** wünscht sich „in Deutschland mehr ‚early adopters', Menschen, die neueste technische Errungenschaften nutzen möchten und neugierig sind."

locationinsider.de

„Wir merken auch an uns selbst, dass sich die Gesellschaft und ihr Umgang mit Mobilität ändert." **Bodo Uebber**, Finanzchef bei Daimler, sieht den Wandel in der Gesellschaft sowie beim eigenen Konzern in der Mobilitäts-App Moovel widergespiegelt. Früher war das Auto das Maß aller Dinge, jetzt geht es vor allem um Parkplatzsorgen und Zeitoptimierung.

sueddeutsche.de

„In fünf Jahren werden wir von einem Gerät zum nächsten nahtlos wechseln können. Ich fange abends an, eine TV-Show zu schauen und sehe mir den Rest am nächsten Morgen auf dem Tablet in der S-Bahn an. Lineares Fernsehen wird zunehmend mit Online-Angeboten verschmelzen. Sie sehen eine klassische Nachrichtensendung, rufen zwischendurch Hintergrundbeiträge ab und schauen dann zeitversetzt die Nachrichten weiter." ProSiebenSat.1-Digitalchef **Markan Karajica** erklärt im Interview mit der „Berliner Zeitung", wie das Fernsehen der Zukunft aussieht.

berliner-zeitung.de

KATHREIN

Udo Scalla (51) verstärkt seit Mai als neuer Geschäftsführer für Vertrieb und Marketing die Geschäftsleitung der Kathrein TechnoTrend GmbH. Nach über 14 Jahren bei der Deutschen Telekom AG, in denen er auch den Aufbau von System-Lösungsgeschäften bei der T-Systems verantwortete, war Scalla zuletzt als Geschäftsführer für das internationale Lösungsgeschäft der TechniSat Digital GmbH verantwortlich. Udo Scalla soll die begonnenen vertrieblichen Aktivitäten und das Angebotsportfolio für die Märkte Europa, Ost-Europa, Mittlerer Osten, Latein-Amerika und Afrika weiter vorantreiben.

OLYMPIA

Andreas Meenen (51) ist ab sofort Account Manager bei Olympia. Andreas Meenen betreut für Olympia die Elektronikfachmärkte im Norden und Nordwesten Deutschlands und wird sich dem spanischsprachigen Markt widmen. Meenen war auf europäischer Ebene für Markenartikler wie Novus-Dahle, Pelikan Hardcopy, Casio und Remington tätig. **Sven Elvert**, Vertriebsleiter bei Olympia, zur Neueinstellung im Vertrieb: „Andreas Meenen bringt nicht nur langjährige Verkaufs- und Vertriebserfahrung, sondern auch große Expertise für die Herausforderungen und Besonderheiten des spanischsprachigen Raums mit."

PANASONIC

Georg Kink (50) hat die Vertriebsleitung von Panasonic in Österreich übernommen. Bereits von 2002 bis 2012 war er in unterschiedlichen Positionen für Panasonic aktiv. Kink wird als Nachfolger von **Christoph Treczokat** die Aktivitäten von Panasonic in Österreich verantworten. Treczokat scheidet auf eigenen Wunsch aus dem Unternehmen aus. **Christian Sokcevic**, als Managing Director bei Panasonic zuständig für Österreich, freut sich über die neue Personalie: „Georg Kink kennt sowohl das Unternehmen als auch den österreichischen Markt ganz genau und wird zum weiteren Erfolg in Österreich beitragen."

SAMSUNG

Sungwan Myung ist mit sofortiger Wirkung neuer Präsident der Samsung Electronics GmbH. Myung tritt die Nachfolge von **Dongmin Kim** an, der in die Visual Display Division von Samsung Electronics nach Korea wechselt. Myung verfügt über langjährige Erfahrung im europäischen Markt über alle Produktbereiche hinweg. Er soll die weltweiten Ziele des Elektronikherstellers mit den Besonderheiten des Marktes in Deutschland vereinen. Kim war seit Januar 2013 Präsident der Samsung Electronics GmbH. Aufgrund seiner Erfahrung im Geschäftsbereich TV wurde Dongmin Kim in die Unternehmenszentrale berufen.

TP VISION

Pietro Alfé verstärkt ab sofort als Senior Marketing Manager Philips TV das Team von TP Vision DACH in Hamburg. TP Vision hat mit ihm einen Branchenkenner verpflichtet, der unter anderem bei SEG seit mehr als 20 Jahren Erfahrungen in der Consumer Electronics gesammelt hat. In seiner neuen Rolle übernimmt Pietro Alfé die Verantwortung für das Produktmanagement von Philips TVs, die Produktplanung sowie die Preisgestaltung für den wichtigen DACH-Markt. Alfé folgt auf **Florian Schumann**, der künftig im Marketing bei Philips Consumer Lifestyle den Bereich Espresso verantwortet.

Einzelhandelsverband AVE

Matthias Händle bleibt als Geschäftsführender Gesellschafter der HR-Group Präsident der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE). **Thomas Stock** (Galeria Kaufhof) und **Michael Wiedmann** (Metro Group) wurden für zwei weitere Jahre gewählt. Neue Mitglieder des Präsidiums sind **Johannes Merck** (Otto Group) und **Karl-Josef Sedlmeyer** (adidas).

Unify

Dr. Peter Kürpick ist neuer Leiter der weltweiten Produktorganisation von Unify, ehemals Siemens Enterprise Communications. Unter anderem war Kürpick zuvor als Executive Vice President of Application Strategic Innovation für SAP tätig. Außerdem war er Mitglied des Executive Board der Software AG.

Wedo

Peter Küchmeister (52) verstärkt das Außendienstteam der Werner Dorsch GmbH als Key Account Manager im Produktbereich „Mobile Office Products." In dieser Funktion verantwortet er den Ausbau der Kundenbeziehungen zu Schlüsselmärkten im Sektor Consumer Electronics. Küchmeister war unter anderem bei Sony Deutschland, Bang & Olufsen, Nokia, Thomson und zuletzt Strong Digital TV tätig.

Action Europe

Torsten Seiferth hat die Gesamtleitung von Produktmarketing und Vertrieb beim IT-Großhändler Action Europe GmbH übernommen. Ulf Kilper und Karl Sube leiten jeweils drei der bestehenden sechs Business Units.

HapaTeam

Angelika Kitowski, langjährige leitende Mitarbeiterin von HapaTeam, hat nach vier Jahren als zweite Geschäftsführerin und insgesamt 20 Jahren Unternehmenszugehörigkeit auf eigenen Wunsch alle Funktionen und Positionen im Unternehmen niedergelegt. Oliver Hadji hat die alleinige Geschäftsführung des Unternehmens übernommen.

Canon

Satoshi Otani, bisher im Consumer Product Management als Director Photo Products bei Canon tätig, hat die neue Position als stellvertretender Country Director übernommen. **Joachim Rozek**, zuletzt Director Retail, hat in den Pro Imaging Bereich gewechselt und ist dort nun verantwortlicher Project Director DreamLabo 5000. **Helga Schiermeier**, bisher Director Distribution, hat die Aufgaben von Joachim Rozek übernommen und verantwortet jetzt den Retail Channel. **Stefan Schubert** wird ab 1. Juli 2014 neuer Director Sales Distribution und IT Office.

MESSE BERLIN

Nach zehn Jahren räumt Hans-Joachim Kamp seinen Schreibtisch

Seit dem 03. Juni 2014 agiert der Aufsichtsrat der Messe Berlin mit neuer Besetzung. An sich ein normaler Vorgang, der in diesem Fall allerdings einen faden Beigeschmack hat. Zwei Amtsperioden lang, also seit zehn Jahren, saß Hans-Joachim Kamp dem Aufsichtsrat der Messe Berlin vor. Während dieser Zeit hat der ehemalige Philips-Manager auch gegen zahlreiche Widerstände aus Wirtschaft und Politik viele Entscheidungen durchgesetzt, welche die Messe Berlin zu dem florierenden Unternehmen gemacht haben, das sie heute ist.

Nach lange währenden Streitigkeiten hat die Berliner Wirtschaftssenatorin Cornelia Yzer ihr Ziel erreicht: der Aufsichtsrat der Messe Berlin bekommt einen neuen Vorsitzenden.

Hans-Joachim Kamp musste jetzt sein Mandat als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Messe Berlin niederlegen.

Jährliche IFA und Home Appliance: 2006 stellte Hans-Joachim Kamp die bis dahin alle zwei Jahre stattfindende Internationale Funkausstellung auf einen jährlichen Rythmus um. Kritiker befürchteten eine Verflachung des Angebotes und Rückzüge verschiedener Aussteller, doch das Gegenteil ist eingetreten. Mit dieser Maßnahme wirkte die Messe Berlin dem wachsenden Druck anderer Veranstalter entgegen und vermied auf diese Weise die Abwanderung einzelner Themenbereiche wie beispielsweise der Telekommunikation.

Nur zwei Jahre später bewies Kamp erneut Weitsicht und integrierte 2008 die Weiße Ware unter dem Dach der Home Appliance in das IFA-Konzept. Ein genialer Schachzug des Branchenkenners. Auf der einen Seite öffnete er so dem starken Wirtschaftszweig der Klein- und Großgeräte-Industrie die Berliner Messe und sicherte langfristig dem gesamten Smart Home-Sektor den Zugang zur IFA.

Machtspiele: Veranstalter der Internationalen Funkausstellung ist die gfu, Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik. Deren Aufsichtsratvorsitzender ist ebenfalls Hans-Joachim Kamp, der immer bestrebt war, für die gfu einen Sitz im Aufsichtsrat der Messe Berlin zu sichern. Nun gehört die Messe Berlin allerdings in den Zuständigkeitsbereich des regierenden Bürgermeisters, genauer in den der Wirtschaftssenatorin Cornelia Yzer. Und entgegen deren Vorstellungen etablierte Kamp im Jahr 2012 Christian Gökes und drückte gegen den Widerstand Yzers dessen Nominierung als Chef der Messe Berlin durch.

Genau dieser Umstand dürfte Hans-Joachim Kamp jetzt den Kopf gekostet haben. Sachliche Gründe für seine Absetzung gibt es keine, wie Kamp selber ausführt: „Wir haben in den letzten Jahren tolle Erfolge zu verzeichnen. Die Messe Berlin ist schneller gewachsen als alle anderen Messegesellschaften. Wir haben den Umsatz verdoppelt, der Beitrag des Kongressgeschäftes zu den Erlösen ist gestiegen, das Gelände am neuen Flughafen und der Citycube eröffnen neue Potenziale.“ Vielmehr ist es so, dass Cornelia Yzer die „Niederlage“ vor eineinhalb Jahren nicht verwunden hat und sich nun nach monatelangen Streitigkeiten gegen Kamp durchsetzt und ihn abserviert. Kleiner Trost für Kamp: der Sitz im Aufsichtsrat der Messe Berlin bleibt der gfu erhalten.

Nur ein Pyrrhussieg?: Was die Umbesetzung wert ist, wird sich in den nächsten Jahren zeigen. Fest steht, dass aber auch jetzt kein Wunschkandidat Yzers dem Aufsichtsrat vorsitzen könnte, denn es handelt sich um den von der Berliner Wirtschaft vorgeschlagenen Peter Zühlsdorff. Wirklich klar wird das erst am 7. Juli 2014, wenn das Gremium zu seiner konstituierenden Sitzung zusammenkommt. Denn den Vorsitzenden des Aufsichtsrates wählen die Aufsichtsräte bekanntlich selbst!

Official partner of:

THE FUTURE

since 1924

IFA in Berlin – die weltweit wichtigste Messe für Unterhaltungselektronik und Elektrohausgeräte.

IFA

CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED

BERLIN, 5 – 10 SEP 2014

The global innovations show.

ifa-berlin.com

Ganz Köln im Zeichen des Bildes

Nächster großer Branchentermin: photokina. Sie hat sich als weltgrößte internationale Leitmesse der Foto- und Imagingbranche nicht nur fest etabliert, sondern im Laufe ihrer Geschichte stetig an Bedeutung gewonnen.

Blende auf für die photokina 2014, die vom 16. bis 21. September bereits zum 33. Mal in Köln stattfindet. Schon frühzeitig verbuchten die Veranstalter – Koelnmesse und Photoindustrie-Verband – der weltweit wichtigsten Messe der internationalen Foto- und Imagingbranche einen großen Zuspruch seitens der ausstellenden Unternehmen.

Zuwachs bei wichtigen Kennzahlen: Sowohl das Vermietungsergebnis als auch die Zahl der Neuaussteller ist erfreulich hoch – 80 Prozent der Fläche waren rund ein halbes Jahr vor Messebeginn fest gebucht. Alles, was in der Branche Rang und Namen hat, ist wieder auf der photokina vertreten – von Canon, Epson, Sigma und Leica über Samsung, Sony, Nikon und Panasonic bis hin zu Olympus, Fujifilm und Zeiss. Mit Lytro, GoPro und Black Magic können einige wichtige Neuaussteller begrüßt werden.

Zur photokina 2014 rechnet man in Köln mit rund 1.000 ausstellenden Unternehmen aus zirka 40 Ländern. 2012 kamen rund 185.000 Besucher aus 166 Nationen nach Köln, um sich über aktuelle Trends und Techniken rund um das Bild zu informieren.

Markus Oster – „Auch medial war die photokina 2012 mit mehr als 6.000 Journalisten aus 73 Ländern das bedeutendste Ereignis für die Branche. Rund 22.000 internationale Beiträge in Presse, Internet, Funk und Fernsehen wurden von mehr als 200 Mio. Menschen weltweit wahrgenommen."

Der Anteil der Fachbesucher lag bei rund 48 Prozent, davon kamen 42 Prozent aus dem Ausland – auch dies eine deutliche Steigerung zur Vorveranstaltung (+7,5 Prozent). Vor allem bei Fachhändlern und Imagingprofis aus Asien (+16 Prozent), Nordamerika (+26 Prozent) und Osteuropa (+40 Prozent) verzeichnete die photokina ein eindeutiges Plus.

Fünf Themenwelten warten: Getreu dem Motto ‚Fotografie ist mehr als Technik' sollen fünf Themenwelten stärker als bisher den emotionalen Aspekt der Fotografie aufgreifen. So finden sich Kameras, Objektive & Equipment in der Themenwelt „capture your world", Licht, Blitze & Stative bilden die Themenwelt „light up your world". Angebote, die sich mit dem Speichern, Verbinden und Übertragen von Bildern und Daten befassen, werden unter „share your world" zusammengefasst. „create your world" ist die Themenwelt, die die Angebote rund um Eingabe, Editierung & Verarbeitung umfasst. Alle Angebote und Dienstleistungen rund um Finishing, Druck & Präsentation finden sich unter der Überschrift „show your world".

Schwerpunktthema „Movie": Dank leistungsstarker Videofunktionen der Kameras werden Fotografen immer häufiger zu Regisseuren. Sowohl das Anwenderverhalten als auch die Produktsortimente im Bereich der Filmfunktion von Kameras haben sich zu einem absoluten Wachstumsmarkt entwickelt. Mit „photokina movie" soll zu diesem fesselnden Thema den Besuchern ein umfassendes Angebot an Produkten zur Aufzeichnung von Filmen aus den Bereichen Hardware, Software und Zubehör präsentiert werden.

Christian Müller-Rieker – „Smartphones sind die ‚Immer-dabei-Kameras' – das hat es in der 175-jährigen Geschichte der Fotografie noch nie gegeben. Noch nie wurde so viel fotografiert wie heute und viele der weltweiten Aufnahmen würden nicht existieren, wenn wir die Smartphones nicht hätten."

Action-Cams, Smartphones und die Frage, wie sich die Geräte untereinander und mit dem Internet verbinden lassen – Themen, die gerade jungen Menschen einen ganz neuen Zugang zur Fotografie geben. „Wichtig ist es jedoch, diese junge Zielgruppe auch für die ‚qualitative' Fotografie zu begeistern, die eben nur mit hochwertigen Kameras realisierbar ist," betont **Markus Oster**, Geschäftsbereichsleiter Messemanagement der Koelnmesse, „um das zu erreichen, haben wir die Sonderfläche ‚photokina communities' entwickelt. Sie hält unter der Überschrift ‚be mobile, be in action, be connected' ein spannendes Action- und Bühnenprogramm für fotobegeisterte communities, junge und jüngste Fotografen, Smartphone-Nutzer und Outdoor-Aktivisten bereit." photokina communities soll der zentrale Treffpunkt für Fans sozialer Netzwerke oder Fotoclubs und Fotofestivals sein. Der Fotografie mit Smartphone widmet sich ein Angebot, das gemeinsam mit Suite 48 Analytics entwickelt wurde. Suite48 Analytics ist spezialisiert auf Research und Meinungserhebungen im Bereich der mobilen Fotografie und organisiert jährlich in San Francisco höchst erfolgreich die Mobile Photo Connect Conference. Geplant sind eine Reihe von Vorträgen, Workshops und Seminaren, die sich aus verschiedensten Perspektiven dem „Phänomen Smartphone" annähern.

Das Angebot umfasst die Vorstellung der wichtigsten Top-Entwicklungen auf dem Smartphone-Markt, bietet einen Überblick über die interessantesten Foto-Apps und gibt angehenden App-Entwicklern wertvolle Tipps.

Alle „Bildthemen" vertreten: Die photokina will nachdrücklich die weltweit einzige Veranstaltung sein, die alle Bildmedien, Bildtechniken und Bildmärkte umfassend und in ihrer ganzen Vielfalt darstellt.

Diesem Anspruch soll auch 2014 wieder in zahlreichen hochkarätigen Fotoausstellungen überall in den Hallen Rechnung getragen werden. Von Fotodokumentationen über Fotodesign und Fotojournalismus bis zur Fotokunst werden zahlreiche Bilderausstellungen das kreative „Endergebnis" der Imagingindustrie in den Mittelpunkt des internationalen Interesses rücken. Dieser „künstlerische" Teil der photokina wird in diesem Jahr um ein neues Angebot ergänzt: Hochwertige Fotokunst kann auch käuflich erworben werden. Dafür wird die ‚photokina sales gallery' erstmals auf dem Nordboulevard der Messe präsentiert. Zu sehen ist dort hochwertige Fotokunst, die direkt vor Ort auch erworben werden kann. Um eine gleichbleibend hohe Qualität der zum Verkauf stehenden Werke zu gewährleisten, können ausschließlich Galerien und Fotografen mit angemeldetem Gewerbe teilnehmen. Und nur diese können sich um einen Platz in der photokina sales gallery bewerben.

Ganz Köln im Zeichen des Bildes: Mit der Aktion „photokina: köln fotografiert!" sollen in diesem Jahr bereits zum vierten Mal über das Messegelände hinaus neue Zielgruppen für das Medium Bild begeistert werden. Allen Bürgern und Besuchern der Stadt wollen die photokina-Veranstalter Gelegenheit geben, sich aktiv und kreativ mit der Fotografie zu befassen. In Kooperation mit Kölner Unternehmen und Institutionen wird allen Fotobegeisterten in der Stadt ein breit gefächertes Programm mit einem umfangreichen Angebot aus Workshops, Foto-Shootings und Ausstellungen dargeboten.

www.photokina.de

Kameramarkt weltweit stark rückläufig

Der globale Kameraabsatz befand sich über viele Jahre im Höhenflug. Den größten Anteil verbuchten Kompaktkameras mit einer durchschnittlichen Nutzungsdauer von drei Jahren. „Die gestiegene weltweite Nachfrage nach Smartphones hat natürlich Einfluss auf den Kameramarkt," konstatiert **Christian Müller-Rieker**, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, „betroffen sind hier vor allem die preiswerten Kompaktkameramodelle mit geringfügiger Ausstattung, da hier ein Substitutionsprozess festzustellen ist. Wir sehen die Smartphones aber nicht als Konkurrenz, sondern mit zahlreichen ihrer Features auch als inspirierend für die Kameraentwickler und Anbieter von Dienstleistungen für Foto und Video." Ein weiterer positiver Nebeneffekt der Smartphones ist, dass sich noch nie so viele Menschen mit dem Thema Foto und Video auseinandergesetzt haben und sich für das Fotografieren begeistern lassen – viele Nutzer möchten tiefer in das Thema Fotografie einsteigen und die vielfältigen Möglichkeiten einer digitalen Kamera nutzen. „Das ist eine Herausforderung, der sich unsere Branche künftig stärker stellen muss. Sie muss den Smartphone-Fotografen erreichen, um ihm die Unterschiede, aber vor allem die Vorteile der ‚qualitativen' Fotografie, wie höchstmögliche fotografische Flexibilität, Kreativität und Bildqualität, zu vermitteln."

Kameraverkäufe im Sinkflug – im Jahr 2010 verbuchten die Kamerahersteller weltweit noch eine Steigerung von 11 Prozent (Grafik: Stückzahlen in Mio. Einheiten; 2014 geschätzt). Dann kamen die Smartphones. Davon wurden allein im letzten Jahr weltweit eine Milliarde Stück verkauft.

photokina: Die Anwendermesse – natürlich Apparate ohne Ende, aber eben nicht nur. Wer Technik liebt, ist in Köln bestens aufgehoben. Doch wer wissen will, was diese Technik kann, welche Möglichkeiten sie bietet und wie sie das Leben schöner machen könnte, der findet auf diesem Messeplatz jede Menge Antworten. Schließlich gibt es Kamera-Shows rund ums Jahr überall auf der Welt, in Köln haben die Macher erkannt, dass die Besucher in Online-Zeiten mehr wollen als Theorie.

LOEWE NEUSTART

Mit neuem Kapital und neuen Ideen will der Loewe wieder mitmachen

Loewe hat einen neuen Besitzer, einen neuen Namen und eine neue Gesellschaftsform. Jetzt muss nur noch der Handel überzeugt werden mit dem Loewen wieder zu spielen.

Der Loewe bewegt sich wieder. Nach zwei harten Jahren am Abgrund hat Loewe jetzt das notwendige Kapital, um Produktion und Vertrieb wieder geordnet aufnehmen zu können. Das größte Problem war fehlendes Geld, der gewohnte Cashflow war versiegt und man musste alle Möglichkeiten ausschöpfen, um wenigstens für die allernotwendigsten Ausgaben Mittel zu beschaffen. Da Zulieferrechnungen nur verzögert bezahlt werden konnten, stockte zwangsläufig auch die Produktion. Geräte, die von den Loewe-Partnern geordert wurden, konnten nicht oder nur mit langen Lieferzeiten bereitgestellt werden. Auf der anderen Seite gab es wiederum Geräte, die einfach in den Markt gepumpt werden mussten, um Umsatz für die aktuellen Rechnungen zu erwirtschaften. Mit der Folge, dass manche Partner im Handel weniger partnerschaftlich agierten und über Onlinekanäle die bis dahin von Loewe gewohnte Preisstabilität durchbrachen.

Entsprechend die Verunsicherung bei vielen Partnern im Handel. Einige warfen schon bei den ersten Anzeichen von Problemen das Handtuch und als dann Insolvenz angemeldet werden musste, gaben weitere Händler auf. Das größte Problem hatten in dieser Zeit Händler mit eigenständiger Loewe-Galerie. Denn auch die Kunden hatten aus den Medien von den wirtschaftlichen Problemen der Marke gehört und sahen im Angebot der Galerien eigentlich nur noch Auslaufmodelle einer sterbenden Marke. Deshalb stellten viele Händler zusätzlich andere Marken in ihre Fenster, um so Kunden zum Eintritt zu bewegen. Naheliegend in der Hoffnung, letztlich dann doch ein Gerät von Loewe verkaufen zu können.

Warum kam es so? Der Niedergang der Marke in den vergangenen zwei Jahren hat mehrere Gründe. Teilweise hausgemacht, aber auch durch die dramatische Veränderung des Marktes.

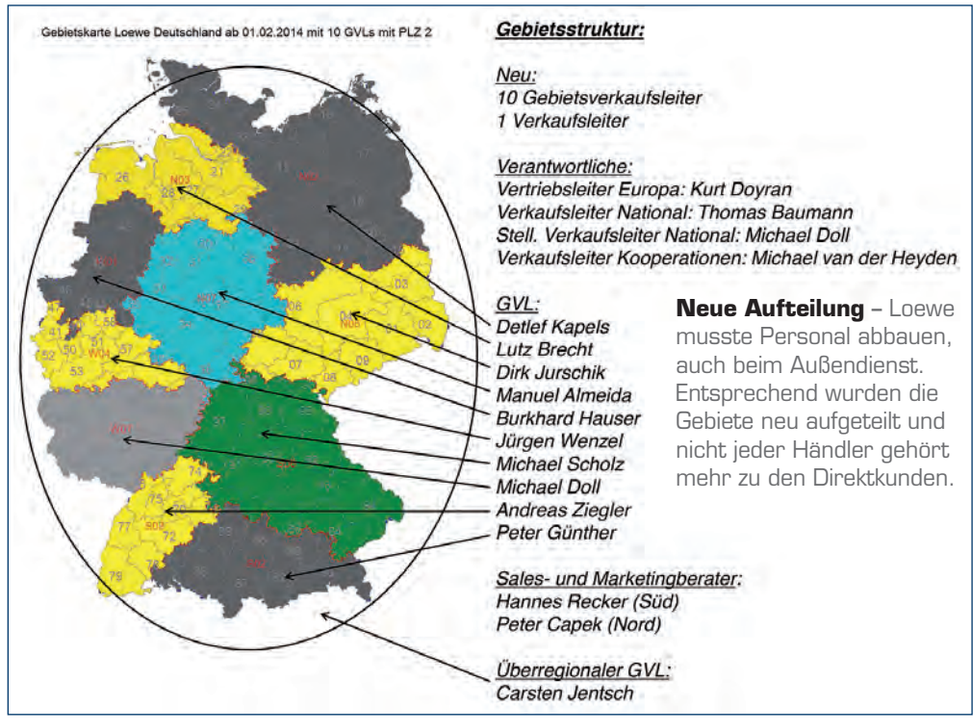
Die zwei primären Gründe für die sinkenden Verkaufszahlen waren eindeutig die im Bezug auf den Gesamtmarkt am PoS nicht mehr zu vermittelnden hohen Preise und das seit Jahren nicht mehr an die aktuelle Entwicklung angepasste Design. Beides Schwachpunkte der Geräte von Loewe und das in einem Markt, der schon 2012 nicht mehr die erwarteten TV-Umsätze brachte und der dann 2013 beängstigend auf Talfahrt ging.

Neues Kapital, neue Chancen: Seit Ende März ist Stargate Capital (siehe Kasten) der neue Besitzer von Loewe und seither firmiert das Unternehmen als Loewe Technologies GmbH. Für die neuen Besitzer **Dr. Boris Levin** und **Mark Hüsges** ist „Loewe ein Start-up mit fast 100-jähriger Firmenhistorie“, beide sind überzeugt vom exzellenten Markennamen und den hochwertigen Produkten des Unternehmens.

Schöne Worte, doch jetzt gilt es erst einmal verlorenen Boden beim Handel wieder zu erobern und die Flächen, die derzeit schon von anderen Marken besetzt werden, zurückzuerobern. Eine nicht gerade beneidenswerte Aufgabe für **Thomas Baumann**. Das Loewe-Urgestein war bereits zwischen 2005 und 2012 maßgeblich im Vertrieb von Loewe und kehrte im August 2013 nach einer Station als Vertriebsleiter bei Severin zu Loewe zurück. Erst als Verkaufsleiter West und nach der Stargate-Übernahme als Verkaufsleiter für Deutschland.

Betrüblicher Teil der Neustrukturierung war ein erheblicher Personalabbau, der sich auch in der Betreuung des Handels niederschlägt. Waren 2013 noch 1.220 Kunden in der Direktbetreuung, so sind es jetzt nur noch 724 Händler. 320 werden über Telesales betreut und statt früher 50 Kunden werden jetzt 210 über den Großhandel bedient. Die Direktkunden werden von zehn Gebietsverkaufsleitern regelmäßig besucht und betreut.

Nur noch 4K: Die wohl interessanteste Nachricht für den Handel ist das Statement „Loewe goes UHD“. Außer dem 32-Zoll-Gerät werden alle anderen Modelle ausschließlich mit UHD-Panel geliefert. Die UHD-Panels liefert der Loewe-Technology-Partner Hisense. Das neue Line up unterteilt sich in die Produktgruppen Standard, Premium und Luxury, wobei diese Bezeichnungen derzeit Arbeitsgrundlage sind. Es ist durchaus möglich, dass Loewe die Kategorien auch anders taufen wird. Bestehen aber bleiben die Typenfamilien Art im Standard-Segment, Connect und Individual in der Premiumklasse und Reference im Top-Bereich. Alle Modelle werden mit dem gleichen Basis-Chassis, es wird gemeinsam mit Hisense entwickelt, ausgestattet, das dann für die



Neue Aufteilung – Loewe musste Personal abbauen, auch beim Außendienst. Entsprechend wurden die Gebiete neu aufgeteilt und nicht jeder Händler gehört mehr zu den Direktkunden.

Thomas Baumann – „Wir werden uns alle Mühe geben, den verlorenen Platz im Handel wieder zurückzuerobern und dem Handel ein verlässlicher Partner zu sein.“

Martin Steib – „Wir wissen, unsere Preisgestaltung muss dem Markt besser angepasst sein. Unsere Vorstellung sind etwa 10 % Aufpreis gegenüber dem Mainstream.

Edmund Englich – „Beim Design werden wir die unverwechselbare Loewe-Optik beibehalten, aber mit einem leichten und grazilen Erscheinungsbild.“

Modelle der Reihen Connect, Individual und Reference entsprechend der zusätzlichen Funktionen und Ausstattung aufgerüstet wird. Ein Baukasten-System, das sich in der Automobilindustrie seit Jahren erfolgreich bewährt.

Doch trotz aller Planung für einen Neuanfang gilt es noch immer eine Durststrecke zu überwinden. Zwar werden zur IFA im September die neuen Geräte in neuem Design und mit dem neuen Chassis dem Handel und den Besuchern vorgestellt, doch die Lieferung an den Handel wird erst im zweiten Teil des vierten Quartals und im ersten Quartal des kommenden Jahres erfolgen. Auch hier hat man aus Fehlern gelernt und will dieses auf keinen Fall wiederholen.

„Wir haben in der Vergangenheit Geräte in den Markt gebracht, die auf der Software-Seite leider noch nicht dem von uns geforderten Optimum entsprachen," so Thomas Baumann. Die Gründe waren ganz einfach, Loewe brauchte Umsatz für die Aufrechterhaltung des Tagesbetriebes. Mark Hüsges betont: „Natürlich möchten wir so schnell wie möglich mit den neuen Modellen lieferfähig sein, doch wir werden nur Geräte ausliefern, die zu 100 Prozent dem entsprechen, was wir erwarten. Auch dann, wenn die Auslieferung erst ein oder zwei Wochen später erfolgen kann."

Vertrauen im Handel: Da es die Loewe AG und die Loewe Opta GmbH nicht mehr gibt, werden seit dem 1. April dieses Jahres mit dem Handel neue Verträge abgeschlossen. Wichtiger Punkt, die Garantie-Leistung-Abrechnung entfällt und wird durch eine Service-Pauschale in Höhe von 1,6 Prozent auf den Umsatz ersetzt und das gilt für alle Artikel. Die Vergütung erfolgt pro Quartal. Thomas Baumann sieht darin eine deutliche Verbesserung und Vereinfachung. „Diese Pauschale erspart dem Handel und uns eine Menge Administration."

Diese Pauschale umfasst 1,1 Prozent für aktuelle Service-Leistung und 0,5 Prozent für ‚Altlasten', also Geräte, die der Händler in den vergangenen drei Jahren verkaufte und für die noch Garantieleistungen anfallen könnten. Die Vollgarantie für drei Jahre bleibt für Loewe weiterhin bei Produktregistrierung bestehen.

Alle Materialien, die für eine Reparatur angefordert werden, kommen zunächst kostenlos als Vorab-Ersatz, es wird keine Sofortzahlung gefordert. Eine geschickte Regelung, denn Händler mit zukünftig hohem Loewe-Umsatz profitieren von der Pauschale, wer aber in Zukunft Loewe auf Sparflamme kochen will, könnte zusätzliche Lohnkosten bei Garantieleistungen selbst tragen müssen. Doch Baumann wiegelt ab, „solche Problemfälle werden wir anderweitig sicher lösen können."

Was tut Loewe für den Handel? Doch wie will der Loewe seine Kunden erreichen und neue Kunden für die Produkte begeistern? Hier ist **Martin Steib**, Loewe Produktmarketing, gefragt, denn er hat die schwierige Aufgabe, in der Kommunikation den neuen Loewen zu verkaufen, gleichzeitig aber werden noch bis ins vierte Quartal die ‚alten', also bekannten Geräte stehen. Doch das kann sich für die Kunden durchaus lohnen, denn das aktuelle Loewe-Programm wird zu überaus attraktiven Preisen vermarktet. So wird der 50-Zöller Art für 1.800 Euro angeboten und den 60-Zöller gibt es für attraktive 2.500 Euro minus 400 Euro.

Loewe konnte **Oliver Kahn** als Werbeträger gewinnen, auch er wirbt für die Art-Modelle und Euronics bietet das Ganze mit 0 % Finanzierung, selbst den Individual 40 Zoll wird es für 3.800 Euro geben.

Neues Design: Loewe gilt bei TV als Design-Ikone, doch mangels Masse konnte das Unternehmen sein fortschrittliches und eigenständiges Design nicht weiterentwickeln. Rahmenloses Bild und graziles Erscheinungsbild anderer Hersteller entfernten sich immer weiter vom klassischen Loewe-Design. **CE&TRADE digitalMarkt** hatte exklusiv die Gelegenheit, das Styling der zukünftigen Geräte zu sehen. Mit dem Versprechen, unsere Eindrücke für uns zu behalten. Doch so viel darf gesagt werden: Designchef **Edmund Englich** hat seine Hausaufgaben bestens erledigt. Handel und Besucher werden auf der IFA Geräte zu sehen bekommen, die zwei Elemente vereinen: das unverkennbare Loewe-Design und eine Leichtigkeit, die selbst große Bildschirme grazil erscheinen lassen.

Top oft the Line wird nach derzeitiger Planung ein 65-Zöller im aktuellen Curved-Format sein. Nach unserem ersten Eindruck der schönste Curved, den es bisher gibt. Loewe ist es gelungen, die Idee des gebogenen Bildschirms so zu gestalten, dass das Gerät nicht einfach nur ein gebogener Bildschirm ist, sondern die logische Konsequenz für das große TV-Bild der Zukunft ist. Englich ist es gelungen, ein TV-Gerät zu entwerfen, das erstmals den Eindruck vermittelt, das Wohnzimmer habe sich in einen Kinosaal verwandelt. Dieses Gerät wird eines der absoluten Highlights auf der IFA in Berlin sein. **CE&TRADE digitalMarkt** wird schon in seiner nächsten Ausgabe die ersten Bilder veröffentlichen.

Wäre noch das Problem der Preisgestaltung von Loewe. Man hat in Kronach erkannt, dass Aufschläge von 50 Prozent und mehr gegenüber dem Mainstream keine Chance am Markt haben. Marketing-Manager Martin Steib sieht deshalb die neuen Loewe-Preise zwischen zehn und 20 Prozent über dem Durchschnittspreis vergleichbarer Geräte. Diesen Aufschlag argumentiert er mit der Ausstattung, den Multimedia-Fähigkeiten der Geräte und der perfekten Bedienung oder ganz einfach: Loewe will mit seinen Geräten den Kunden alles bieten, was heute von einem grenzenlosen Multimedia-Gerät erwartet wird. Es scheint, als wolle der Loewe wieder seine Krallen zeigen.

www.loewe.de

Wer ist Stargate Capital?

Mark Hüsges – Gesellschafter der Stargate Capital GmbH.

Das Unternehmen der beiden früheren Investment-Banker wird als PE-Investor bezeichnet. Private Equity oder deutsch Außerbörsliches Eigenkapital ist eine Form des Beteiligungskapitals, bei der die vom Kapitalgeber eingegangene Beteiligung nicht in geregelten Märkten wie beispielsweise an der Börse handelbar ist. Inhaber der Stargate Capital sind **Dr. Boris Levin** als geschäftsführender Gesellschafter der Stargate Capital GmbH, die er gemeinsam mit **Mark Hüsges** gegründet hat. Levin verfügt über 20-jährige Erfahrung in Private Equity und operativem Management. Boris Levin startete seine Karriere als Berater bei The Boston Consulting Group. Boris Levin hat Ingenieurswissenschaften am General Motors Institute und Dartmouth College studiert und hält einen MBA der Wharton School.

Mark Hüsges ist ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter der Stargate. Er hat im Rahmen seiner 10-jährigen Tätigkeit bei führenden Investmentbanken in London und Frankfurt sowie als Geschäftsführer einer Beteiligungsberatungsgesellschaft umfangreiche Erfahrungen im Beteiligungskapitalgeschäft gesammelt. Mark Hüsges hat Wirtschaftswissenschaften an der Universität Tübingen und der University of North Carolina at Chapel Hill studiert.

Stargate investiert in mittelständische Unternehmen aller Branchen im deutschsprachigen Raum. „Dabei sind für uns vor allem Situationen interessant, bei denen neben Eigenkapital auch Management bzw. strategisches Know-how in das Unternehmen eingebracht werden können. Wir fokussieren uns auf einzelne Unternehmenssituationen und verfolgen keine Portfoliostrategie. Bei unseren Zielunternehmen handelt es sich um Gesellschaften zwischen 30-500 Millionen Euro Umsatzvolumen", so Hüsges. Stargate gibt an, grundsätzlich Mehrheits- sowie Minderheitsbeteiligungen gegenüber offen zu sein.

Das investiert vornehmlich eigenes Kapital, vermeiden damit komplexe Entscheidungsprozesse, sowohl während der Investitionsphase als auch bei der späteren gemeinsamen Unternehmensführung. Levin und Hüsges sehen in ihrer Arbeit ein Ziel: die langfristige Unternehmensentwicklung.

In den vergangenen 10 Jahren hat Stargate sequentiell unterschiedliche Unternehmen mit einem Gesamtumsatz von ca. 350 Millionen Euro restrukturiert und durch operative Verbesserung wieder auf einen nachhaltigen Wachstumskurs gebracht. Im Durchschnitt konnte die Mitarbeiterzahl im Rahmen dieser Veränderungsprozesse um 30 % gesteigert werden. Das erwirtschaftete Umsatzwachstum resultierte in allen Fällen aus der Kombination innovativer Produktneueinführungen sowie einer konsequenten Internationalisierungsstrategie.

Zu den von Stargate restrukturierten Unternehmen gehört der Werkzeugmaschinenbauer Gehring, der 2009 aus der Insolvenz übernommen wurde. Heute macht das Unternehmen einen Umsatz von 140 Mio. Euro mit 750 Mitarbeitern weltweit. Bleichert wurde von Stargate von 2008 bis 2010 betreut und das Unternehmen der Fördertechnologie erwirtschaftet heute mit 250 Mitarbeitern einen Umsatz von 45 Millionen Euro. Auch das 111 Jahre alte Unternehmen Beissbarth wurde von Stargate in den Jahren 2005 bis 2007 wieder auf Kurs gebracht. Heute ist der Spezialist für Auto-Wartungssysteme mit seinen 800 Mitarbeitern und 160 Millionen Euro Umsatz ein Teil der Bosch-Gruppe.

Für die Wiederbelebung von Loewe hat Stargate ein von der deutschen Bank geführtes Bankkonsortium zusammengebracht und zusätzlich eigenes Kapital investiert. Mark Hüsges hat in der neuen Loewe Technologies GmbH die strategische Führungsrolle übernommen.

www.stargate-capital.com

TCL MULTIMEDIA

Der Technologie-Riese aus China will den deutschen Markt erobern

Auf dem chinesischen Heimatmarkt einer der Größten, technologisch Topklasse und Milliarden-Umsätze mit LCD. Doch in Deutschland ist TCL nahezu unbekannt. Das soll sich ändern.

Kennen Sie TCL? Schwierige Frage, denn bisher hat sich der chinesische CE-Gigant auf dem deutschen Markt wenig profiliert und seine TV-Geräte tauchten eher in den Food-Supermärkten als Sonderangebot denn im Fachhandel auf. Und wenn ein Händler oder die MSH-Märkte TV-Geräte von TCL anbieten, dann als Alternative im unteren Preissegment. Gründe, warum TCL als Marke weder im Fachhandel noch in der Wahrnehmung der Kunden größere Bedeutung erlangen konnte. Auch der Vertrieb über Amazon lässt beim Handel derzeit kein sonderliches Interesse aufflammen. Doch das soll sich in diesem Jahr radikal ändern.

Ein erstes Signal ist der neue Internetauftritt. Die Website, natürlich in Deutsch, signalisiert, hier setzt ein Unternehmen auf Erfolg im deutschen Markt. Unter dem Motto ‚COLOR YOUR WORLD’ ist es TCL gelungen, einen ungemein informativen Internetauftritt zu gestalten. Eine der wenigen Internetseiten, auf der nicht nur Geräte präsentiert werden, sondern es werden auch eine Vielzahl von Fragen beantwortet. Die Besucher werden umfangreich informiert, selbst die für viele Kunden oft unverständlichen Abkürzungen, mit denen Funktionen und Ausstattung eines TV-Gerätes definiert werden, werden beim Berühren des Icon durch Popup-Fenster erklärt.

Wer ist TCL? Das Unternehmen wurde 1981 gegründet und heute ist TCL einer der größten Unterhaltungselektronik-Konzerne der Welt mit rund 70.000 Mitarbeitern. Im Geschäftsjahr 2013 verkaufte TCL weltweit 17.180.000 LCD-TVs, eine Steigerung von 10,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Display-Search stuft das Unternehmen in 2013 als die Nummer drei des weltweiten TV-Marktes mit einem Marktanteil von 6,5 Prozent ein. Auf dem Heimatmarkt in China besetzt TCL mit einem Marktanteil von 18,1 Prozent eine Spitzenposition. Der chinesische Gesamtmarkt wird in diesem Jahr rund 50 Millionen LCD-Geräte aufnehmen und TCL wird davon gut 10 Millionen Geräte liefern.

In der Hightech-Metropole Shenzhen in der Nähe von Hong Kong eröffnete TCL 2011 eine Fabrik für LCD-Panels der Generation 8.5. Eine weitere Produktionsstätte für die 10. Generation wird gerade hochgezogen und ein drittes Werk ist in der Planung. 2013 wurden 21,628 Millionen LCD-Panels verkauft. Damit ist das TCL-Unternehmen China Star Optoelectronics Technology der weltweit fünftgrößte LC-Display-Hersteller.

TCL Jumbo Serie – auf der IFA wird TCL UHD-Displays bis zu einer Größe von 110 Zoll präsentieren, die derzeit größten UHD-Fernseher der Welt!

Was will TCL? Im Gespräch mit **CE&TRADE digitalMarkt** in Shenzhen betonte **Kevin Wang**, General Manager TCL Multimedia Overseas Business, „wir kennen unsere Leistungsfähigkeit und unsere Möglichkeiten und wir sind überzeugt, in den kommenden Jahren einen ähnlichen Weg wie Samsung gehen zu können“. **Tomson Li**, Chairman und Gründer des TCL-Konzerns hat genaue Vorstellung der TCL-Strategie für 2014 und die kommenden Jahre: „Da die hart umkämpfte Internet-TV-Landschaft klarer wird, ergeben sich neue Möglichkeiten, um TCLs Ver-

Variationen – die TCL SZ76 in UHD wird in verschiedenen Größen als Stückzahlengerät nach Deutschland kommen. Color Line (r. o.) und Color Touch (r. u.) sollen Farbe in die kleineren Bildschirmklassen der Zweitgeräte bringen.

Kevin Wang – der General Manager TCL Multimedia Overseas ist überzeugt, „wir werden auf dem Weltmarkt in den kommenden Jahren einen ähnlichen Weg gehen wie Samsung. Wir haben die Technologien und wir haben die Fabriken."

E. Hao – CEO bei TCL Multimedia & VP bei der TCL Corporation. Er verfügt über internationale Erfahrung und will dem Bereich Marketing in den kommenden Jahren international mehr Bedeutung einräumen: „Wir müssen in Marketing investieren."

Antoine Salomé – der Marketingleiter für TCL-Europa repräsentiert seit 2009 die Marke in Europa. Zuvor war er für Thomson (heute eine TCL-Marke) und TTE tätig. „Wir werden TCL im Mittelfeld des europäischen LCD-Marktes positionieren."

änderungen einzuleiten. Angesichts dieser Situation werden TCL und seine Tochtergesellschaften eine neue Strategie der Veränderung verfolgen, TCLs Innovations- und Produktionsfähigkeit verbessern und Multimedia-Unterhaltung von Weltrang liefern." Diese kryptische Aussage im Klartext: TCL will in Zukunft weltweit beim Umsatz und ganz besonders beim Markenimage in der A-Klasse mitspielen. Um dies zu erreichen, setzt TCL auf die Elemente Hardware + Software + Inhalte + Dienstleistungen und dies mit einer auf das Internet fokussierten Strategie. Die Vertriebswege sollen restrukturiert werden und es wird eine O2O-Plattform eingerichtet.

Bekannt sind die Kürzel B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer) und C2C (Consumer-to-Consumer), neu das im chinesischen Markt entstandene Kürzel O2O. Es steht für Online-to-Offline und es sollen Internetaktivitäten mit vor Ort Einkauf kombiniert werden. Im Internet laufen Werbung und Promotion des Herstellers und der Kunde kann sich umfangreich informieren, wird mit Fotos, Audio und Video auf die Produkte eingestellt. Im Idealfall stellt er gleich seine Gerätekombination zusammen und bestellt auch online. Auslieferung und Installation sollen über den örtlichen Fachhandel erfolgen. TCL hat im vergangenen Jahr für seine O2O-Strategie eine Video-Plattform installiert, dieses Jahr folgt eine Game-Plattform. Das ist für **Hao Yi**, Executive Officer TCL Multimedia, aber erst der Anfang, „wir werden demnächst eine Bildungs-Plattform und einen Lifestyle-Bereich mit dem Ziel einer umfassenden Entertainment-Plattform einrichten. Unser Ziel ist es, den Kunden zu zeigen, das ist Entertainment wie es sein sollte."

Unternehmen in China und Hong Kong bieten solche O2O-Systeme als Serviceleister bereits an und in der Konsequenz soll auch der Zahlungsverkehr vom Kunden direkt an das Unternehmen darüber erfolgen und die Abwicklung mit dem Handel wird dann direkt vom Hersteller geregelt. Auf den asiatischen Märkten steht die Einführung unmittelbar bevor, die unterschiedlichen Handelsstrukturen in Europa und besonders in Deutschland sind sicher noch länger eine Hürde vor einer möglichen Umsetzung.

Was darf der Handel erwarten? Im September wird TCL in Berlin sein komplettes TV-Programm bis 110 Zoll vorstellen und natürlich werden die meisten Geräte UHD beherrschen. Auch Curved wird es in der Größe 65 Zoll geben. Wie ernst TCL seinen neuen internationalen Auftritt sieht, zeigt auch der erste OLED-Fernseher des Unternehmens mit 55 Zoll Bildschirmdiagonale.

Ein weiteres Highlight im TCL-Angebot und durchaus mit Umsatzfaktor ist die Color Line. TV-Geräte müssen aus der Sicht von TCL nicht zwangsweise schwarz oder silber sein, TCL-Color-Line kommt in Pink für Lebensfreude, Blau für Ozean und Grün für Entspannung. Perfekte Zweit-Geräte in den Größen 19, 24 und 28 Zoll. Edel auch die Color Touch Serie in den Größen 24, 28 und 32 Zoll. Hier ist die Bildschirmeinfassung weiß, farbig sind die Rahmenkanten.

Bisher war TCL auf dem deutschen Markt im Bezug auf Marketing eher zurückhaltend. Doch das soll sich ändern. Der CEO von TCL Multimedia, E. Hao, sagte ganz deutlich, „Klar, Samsung und LG kennt inzwischen jeder, doch was ist mit TCL? Wir sind die globale Nummer drei und wer kennt uns? Wir müssen ganz einfach mehr in Marketing investieren," sagt der TCL-Manager mit Bachelor-Abschluss in Wirtschaftswissenschaften der York University (Kanada).

Bliebe die Frage, in welchen Preisbereichen will TCL auf dem deutschen Markt agieren und über welche Handelsformen will das Unternehmen in den Markt einsteigen. **CE&TRADE digitalMarkt** sprach darüber mit **Antoine Salomé**, dem Marketing Direktor von TCL für Europa. Das Interview lesen Sie in der nächsten Ausgabe.

Für den Handel und die Kooperationen könnte TCL eine interessante Zusatzmarke sein, doch man wird genau beobachten müssen, welche Kanäle TCL belegen wird. Tiefstpreis-Aktionen der MSH-Gruppe oder weiterhin der Verkauf über Amazon oder gar Supermärkte wie Real, Netto oder Lidl wären absolut kontraproduktiv. Auch müssen der Handel und die Kooperationen genau beobachten, wie es TCL in Zukunft mit aggressiven Online-Händlern halten wird.

www.tcl.eu/de/home

Hisense

4. Rang auf dem Weltmarkt

Hisense konnte im weltweiten TV-Markt seine Position im ersten Quartal 2014 signifikant ausbauen. Der Hersteller von TVs, Haushaltsgeräten, Klimageräten, Tablet-PCs und Smartphones belegte nach Angaben des Marktforschungsinstitutes DisplaySearch im boomenden Segment für hochauflösendes Fernsehen mit seinen UHD-TV-Modellen in den ersten drei Monaten des Jahres den zweiten Platz.

49,7 Millionen Fernseher wurden weltweit im ersten Quartal 2014 laut DisplaySearch auf dem Markt verkauft. In der Gruppe der global agierenden TV-Marken konnte Hisense seinen Marktanteil bei der Zahl der ausgelieferten Geräte auf 5,3 % und beim Umsatz sogar auf 6,4 % steigern. Die Marke aus China nimmt damit in der Weltliga den vierten Rang ein. Mit 18,5 % Marktanteil belegte Hisense im chinesischen Markt sogar den ersten Platz.

Besonders bei Modellen mit großen Bilddiagonalen konnte das Unternehmen punkten: Mit einem Marktanteil von 10,7 % bei Modellen von 50" (127 cm) bis 54" (137 cm) nahm der chinesische TV-Spezialist Rang drei ein. Sogar auf Platz zwei stand Hisense global im Segment 55" (139,8 cm) bis 59" (150 cm) mit einem Marktanteil von 13,5 %.

Mehr als jedes fünfte UHD-TV-Modell stammte laut DisplaySearch im ersten Quartal von Hisense (20,4 %), das bedeutet Platz zwei im weltweiten Ranking in diesem stark wachsenden Marktsegment für Modelle mit vierfacher Full-HD-Auflösung.

Das Hightech-Unternehmen hat stark in seine Forschungs- und Entwicklungskapazitäten für Smart TVs, ULED-TVs und UHD-TVs investiert. Bei ULED-TVs und TVs mit der Vidaa-Plattform konnte Hisense seinen Absatz in China enorm steigern. Gleichzeitig gelang es dem Unternehmen, seine UHD-TVs in allen relevanten Handelskanälen in den USA, in Europa, in Australien sowie in Südafrika und anderen Ländern zu etablieren. Hisense ist Systempartner von Loewe und liefert an diesen auch UHD-Panels. Mehr auf Seite 8.

www.hisense.de

Sky Vision

Neuer Internetauftritt

Besucher der Unternehmensseite erwartet fortan ein vollkommen neu konzipiertes „Look and Feel". Neben einem ansprechenden Gesamtdesign wartet die Internetseite jetzt mit inhaltlich wertvollen Neuigkeiten und erweiterten Funktionen für alle Fachhandelspartner auf.

www.sky-vision.de

PANASONIC

Hochwertige In-Ohr- und Auf-Ohr-Kopfhörer sind immer gefragter

Noch vor wenigen Jahren gehörten Kopfhörer in den Augen der meisten Händler in die HiFi-Abteilung. Doch mit der Verbreitung portabler digitaler Geräte, dem Siegeszug der MP3-Musik und vor allem den permanent umfangreicher werdenden multimedialen Fähigkeiten der Smartphones hat sich das Bild gewandelt. Natürlich spielen auch weiterhinHigh-End-Kopfhörer für High-fidelity-Hörgenuss an der Stereoanlage eine Rolle, das Hauptgeschäft aber wird heute mit Kopf- und Ohrhörern für portable Geräte gemacht. Waren dies anfangs MP3-Player sind dies jetzt Smartphones und Tablet-PCs.

> **Zubehör ist nicht nur margenträchtig, sondern sorgt auch für eine gute Kundenbindung. Vor allem Kopfhörer und Headsets für mobile Geräte sind ideale Sortimentsergänzungen.**

Kopfhörer für Sportbegeisterte: Panasonic hat diesen Trend aufgegriffen und bringt neue Kopf- und Orhörer auf den Markt. Der Clip Ohrhörer RP-HS34 wurde speziell für die Anforderungen von Sportlern entwickelt. Ob beim Spinning oder auf dem Laufband – die Kopfhörer machen alles mit und sitzen dabei fest am Ohr ohne zu verrutschen. Durch abwaschbare und wasserabweisende Materialien ist der RP-HS34 bestens geeignet für den Trainings- und Outdoor-Einsatz. Die In-Ear Ohrhörer lassen sich dank der größenverstellbaren und flexiblen Clip-Technologie einfach über dem Ohr befestigen und individuell anpassen. Damit sitzen sie bequem am Ohr und verhindern das Verrutschen während des Trainings. Die Ohrhörer sind wasserabweisend sowie schweißresistent und aus flexiblem Kunststoff gefertigt.

Aktive Lärmkompensation: Durch den Einsatz neuester Technologien werden störende Umweltgeräusche vom RP-HC800 optimal reduziert. Über einen breiten Frequenzbereich hinweg ermittelt das im Kopfhörer eingebaute Mikrofon Umgebungsgeräusche und sendet ein phasenauslöschendes Signal, das diese ausblendet. Gerade bei monotonen Geräuschen, wie dem Brummen von Triebwerken oder dem Rauschen von Klimaanlagen, wirkt die Noise-Cancellation-Technik perfekt und schafft eine Oase der Ruhe. Die ohrumschließenden Kopfhörer schirmen zusätzlich Außengeräusche ab und sorgen für herausragenden Hörgenuss.

Das Modell wurde für komfortables Hören über längere Zeiträume entwickelt; der gepolsterte Kopfbügel und die weichen Ohrenpads bieten höchsten Tragekomfort. Das robuste und dennoch elegante Design eignet sich ideal für den Gebrauch unterwegs und auf Reisen. Wird der Kopfhörer nicht benötigt, lässt er sich platzsparend einklappen und im mitgelieferten Reiseetui praktisch und sicher verstauen.

Nichts außer Musik – der RP-HC800 Over-Ear Kopfhörer nutzt modernste Technologien zur Lärmkompensation. Störende Umgebungsgeräusche werden ausgeblendet. Eine extralange Batterielaufzeit von etwa 40 Stunden sorgt für Hörspaß auch auf längeren Reisen.

Bester Klang ohne Kabel: Der RP-BTD10 von Panasonic ist Meister des drahtlosen Musikgenusses. Mithilfe der eingebauten Bluetooth-Funktion können Nutzer drahtlos Musik genießen. Verbunden mit einem Smartphone stellt der RP-BDT10 beim Freisprechen dank des eingebauten Mikrofons auch seine hervorragende Sprachqualität unter Beweis. Das Smartphone oder der Musik-Player können durch Tasten an den Ohrmuscheln des RP-BDT10 ferngesteuert werden.

Durch die NFC-Pairing-Technologie bauen die Kopfhörer blitzschnell eine Bluetooth-Verbindung auf – nur durch Berühren eines Players mit NFC-Technologie. Damit wird das Verbinden mit Abspielern deutlich vereinfacht. Jedes einmal angeschlossene Gerät wird vom RP-BTD10 registriert, sodass ein erneuter Verbindungsaufbau bei der nächsten Verwendung nicht mehr nötig ist.

Mit einer ausdauernden Wiedergabezeit von 30 Stunden pro Akku-Ladung sorgt der RP-BTD10 für beste Klangwiedergabe auch auf längeren Strecken. Die Ladung des Akkus erfolgt komfortabel über das mitgelieferte USB-Kabel. Zuspielgeräte ohne Bluetooth-Funktion können über das im Lieferumfang enthaltene Kabel mit dem RP-BTD10 verbunden werden.

www.panasonic.de

Sport Clip Ohrhörer – Panasonics RP-HS34 Sport-Clip ist speziell auf die Bedürfnisse von Sportlern zugeschnitten. Die In-Ear Ohrhörer lassen sich dank der größenverstellbaren und flexiblen Clip-Technologie einfach über dem Ohr befestigen und individuell anpassen.

Einfache Kontaktaufnahme – der neue Panasonic Bluetooth-Kopfhörer RP-BTD10 bietet nicht nur hervorragende Klangqualität und Tragekomfort: Der Bluetooth-Verbindungsaufbau per Near-Field-Communication (NFC) macht die Anbindung von Abspielgeräten sehr einfach.

SAMSUNGS SOFTWAREPLÄNE

Samsung Z mit Linux-basiertem Betriebssystem – Android ade?

Als in San Francisco Journalisten beim internationalen Presseevent das Samsung Z gezeigt wurde, waren die ersten Reaktionen zunächst verhalten, denn optisch und von der Ausstattung her entspricht dieses Mobiltelefon dem aktuellen Smartphone-Gardemaß. Hellhörig wurden die Fachjournalisten, als das Thema Betriebssystem zur Sprache kam. Denn das hört auf den Namen „Tizen“, was auf der Programmiersprache Linux basiert und eine echte Weltpremiere ist. Schließlich wurde es maßgeblich von Intel und Samsung entwickelt und wird nach Smartwatches und Fernsehern erstmals in einem Mobiltelefon eingesetzt.

> **Das Unternehmen präsentierte Anfang Juni das Samsung Z und somit das erste Smartphone mit dem auf Linux basierenden Betriebssystem Tizen.**

Start mit neuem Betriebssystem: Ein eigenes Betriebssystem von Samsung ist grundsätzlich nichts Neues, denn zwischen 2010 und 2013 gab es bereits Modelle mit dem eigenentwickelten OS „Bada“, dessen Smartphones den Beinamen „Wave“ trugen. Nun nimmt Samsung also einen weiteren Anlauf, sich von Googles Android zu lösen. Das erfolgreiche Beispiel Apple zeigt nämlich weiterhin, dass es weitaus profitabler ist, mit einem eigenen Software-Ökosystem zu arbeiten, da sich dadurch die Lizenzgebühren an Drittfirmen deutlich verringern. Salopp formuliert hält jeder die Hand auf, sobald ein Android-Smartphone den Markt betritt – sogar der direkte Konkurrent Apple.

Gute Karten: Das Geldverdienen soll bereits mit dem eigenen Betriebssystem Tizen beginnen. Dass das allerdings nicht so einfach ist, zeigt das Beispiel Windows Phone 8, dessen globaler Marktanteil immer noch bei mageren 5 % liegt. Das Hauptproblem ist bekanntermaßen, dass die Nutzer nicht mehr mit der Hardware, sondern mit der Software verheiratet sind. Wechselt man das Betriebssystem, verliert man alle Apps und muss quasi wieder von Null anfangen. Diese Hemmschwelle zu durchbrechen, wird immer schwieriger.

Im Gegensatz zu Bada hat Samsung mit Tizen aber nun deutlich bessere Karten, ein eigenes Betriebssystem zu etablieren, denn erstens sind die Koreaner nun Weltmarktführer mit entsprechendem Einfluss und zweitens kann Tizen die Brücke zu Android schlagen, sodass auch langjährige Nutzer des Google-Betriebssystems zum Umschwenken bewegt werden können. Damit User nicht abgeschreckt werden, gleichen der Look und die Struktur stark den bekannten Android-Tugenden – hier ging Samsung auf Nummer sicher. Sobald also renommierte Software-Unternehmen das Tizen-OS durch einen schnellen Wandel von Android-Apps unterstützen, dürfte sich das Software-Angebot schnell steigern.

Schrittweise Markteinführung: Die Einführung in den Markt verläuft strategisch sinnvoll. Mit den Farben Gold und Schwarz wird im 3. Quartal zunächst der russische Markt in Angriff genommen. Der Preis dürfte äußerst niedrig sein (unter 200 Euro). Die schnell wachsenden Smartphone-Märkte China und Indien sind dann die nächsten Stationen. Verläuft die Markteinführung erfolgreich, dürfte es dann nur noch eine Frage der Zeit sein, bis auch der europäische Markt in Angriff genommen wird. Gut für preisbewusste Käufer und Samsungs Gewinnmargen, schlecht für Google.

Ulf Schneider

Samsung Z – das Samsung Z in Kunstleder-Optik bietet eine zeitgemäße Ausstattung zu einem spektakulär niedrigen Preis.

gamescom
PARTNER REGION 2014
NORDICS
DENMARK FINLAND ICELAND
NORWAY SWEDEN

Win
WinWin
Win

13.-17.08.2014, Köln

Jetzt Tickets sichern! gamescom.de

Koelnmesse GmbH, Messeplatz 1, 50679 Köln, Deutschland, Telefon: +49 180 60 89 999*, gamescom@visitor.koelnmesse.de
(*0,20 Euro/Anruf aus dem dt. Festnetz; max.0,60 Euro/Anruf aus dem Mobilfunknetz)

gamescom
Celebrate the games!

BIU Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V.
koelnmesse

LG
Verkaufsunterstützung am POS für SoundPlate- und Soundbar-Modelle

LG erweitert seine SoundPlate- und Soundbar-Produktfamilie um neue Modelle mit ausgezeichneter Sound-Leistung und smarten Multimedia-Zusatz-Features. Mit den Modellen LAB540, LAP440 und LAP240 bringt

Mit hochwertigen Verkaufsdisplays unterstützt LG seine Handelspartner bei der Vermarktung der neuen Soundlösungen für TV-Geräte.

LG drei neue Mitglieder seiner SoundPlate-Familie auf den Markt. Das aktuelle SoundPlate Spitzenprodukt LAB540 verfügt über Smart TV-Funktionalität, WLAN/DLNA-Funktion sowie einen integrierten 3D Blu-ray-Player mit UHD-Upscaling. Außerdem präsentiert LG mit den Modellen NB5540, NB4540 und NB3540 drei neue ultraflache Soundbars. Alle neuen Systeme eignen sich durch ihren Raumklang, ihr elegantes Erscheinungsbild sowie zahlreiche Anschlussoptionen als ideale Begleiter für moderne Fernseher mit Bildschirmgrößen bis zu 55 Zoll (140 cm).

Erlebniswelten: Um die Multimedia-Künstler dem Endverbraucher auch richtig präsentieren zu können, stellt LG erstmals ein speziell für diese Produkte entwickeltes attraktives Demo-System zur Verfügung. Die von LG entwickelten Displays ermöglichen es, hochwertigen Content mit aktuellen Filmtrailern und Musikvideos abzuspielen und erlauben dem Verkäufer durch Stummschaltung per Knopfdruck, flexibel zwischen Produktvorführung und Verkaufsgespräch hin- und herzuwechseln. Auf diese Weise haben die Konsumenten die Möglichkeit, sich vor Ort bei ihrem Fachhändler von der Leistung eines Produkts selbst überzeugen zu können.

Verschiedene Lösungen: Die Präsentations-Displays sind in verschiedenen Ausführungen verfügbar und ermöglichen so maximale Flexibilität am Point-of-Sale. Die Standalone Solutions wie etwa „Soundplate Endcap“ oder „AV Triple Endcap“ sind AV-Racks in fester Bauart. Mit ihren kompakten Maßen von 78 x 160 x 55 cm bzw. 120 x 63 x 160 cm sind sie besonders für kleinere Verkaufsflächen geeignet.

Für größere Flächen bietet sich die AV-Island an. Das modulare System kann beliebig erweitert werden (Achsmaß beträgt 1,0 bzw. 1,25 Meter). Die Höhe lässt sich auf örtliche Gegebenheiten anpassen. Die verfügbare Fläche für AV-Islands beträgt mindestens 3 Meter. AV-Islands können sowohl auf freien Flächen realisiert werden, als auch auf bereits bestehenden Tego-Regalen und Wänden des Herstellers installiert werden. Eine Kopfgondel kann im vorderen Bereich als Palettenplatz ergänzt werden.

Gunter Kürten – „Wir wollen unsere Fachhändler noch zielgenauer bei der Präsentation neuer LG-Produkte unterstützen.“

„LG möchte seine Fachhändler noch zielgenauer bei der Präsentation neuer LG-Produkte unterstützen. Durch die neuen LG-Demo-Racks können sie die Highlights der neuen SoundPlates und Soundbars für ihre Kunden stilvoll und anschaulich inszenieren und das passt optimal zu der minimalistischen Eleganz unserer Sound-Produkte“, erläutert **Gunter Kürten**, Sales Director Home Entertainment, bei LG Electronics.

www.lge.de

Extraklasse – mit eingebautem 3D Blu-ray-Player mit UHD-Upscaling sowie umfassender LG Smart TV-Funktionalität verwandelt die LAB540 jeden Flachbildschirm-Fernseher in einen Smart TV mit starker Sound-Performance. Auch die schlanke Soundbar NB5540 ist ein Kraftpaket.

Einzeldisplays – die Standalone Solutions wie etwa „Soundplate Endcap“ oder „AV Triple Endcap“ sind AV-Racks in fester Bauart. Mit ihren kompakten Maßen von 78 x 160 x 55 cm bzw. 120 x 63 x 160 cm sind sie besonders für kleinere Verkaufsflächen geeignet.

AV-Island – das modulare System für größere Flächen ab 3 Meter Länge kann beliebig erweitert werden und lässt sich in der Höhe den örtlichen Gegebenheiten anpassen.

SoundTouch 30 – eigentlich zwei Geräte in einem. Einmal ins Heimnetzwerk integriert, hat man Zugriff auf nahezu alle Radio- und Audio-Inhalte im Internet. Zudem sind die drei SoundTouch-Geräte Client im Heimnetzwerk und spielen die dort gespeicherten Audioinhalte.

BOSE
Mit SoundTouch Weltradio und Streaming-Music ganz einfach genießen

Heute verlangt der Arbeitsmarkt Mobilität. Doch wer seinen angestammten Wohnort verlassen muss, wird manchmal von einem Gefühl des Heimwehs geplagt. Es ist der seit Jahren gewohnte Radiosender, auf den man plötzlich verzichten muss. Nichts gegen Antenne Düsseldorf, aber Radio Regenbogen aus dem Badischen bringt für den Umzügler das angenehmere und harmonischere Programm. Selbst Verkehrsmeldungen und Berichte von Veranstaltungen verursachen angenehme Erinnerungen.

Doch dank Internet und Streaming Audio ist es heute kein Problem mehr alle Sender der Welt zu empfangen und gedanklich zu den fernsten Horizonten oder ganz einfach in die Badische Toskana Deutschlands zu entfliehen. Doch eines will man bei solch einem Ausflug auf keinen Fall, dürftigen Klang auf Kofferradio-Niveau. Gewünscht ist die ehemals gewohnte sehr gute Tonqualität. Womit wir bei Bose und den SoundTouch WiFi-Systemen angelangt sind. Sie nämlich stellen die drahtlose Verbindung zum Router des Heimnetzwerkes und damit den Radioanschluss an die Welt her.

Drei SoundTouch-Systeme bietet Bose, 30, 20 und Portable. Auf den ersten Blick wird sich vielen Kunden nicht erschließen, warum das System 30 satte 300 Euro mehr kosten soll als das nur etwas kleinere System 20. Wer es begreifen will muss hören. Womit nicht gesagt werden soll, System 20 oder der portable SoundTouch würden nicht gut klingen. Sie klingen sogar sehr gut, aber die Physik setzt nun mal Grenzen. Zwar ist Bose für kompakte Bauweise und kleine Lautsprecher bekannt, das aber erfordert einen erheblichen technologischen und auch mechanischen Aufwand. Im SoundTouch 30 ist die exklusive Waveguide Speaker Technology verbaut, wie man sie auch in den weltweit erfolgreichen Wave Music System von Bose findet. Äußerst leistungsfähige Chassis mit teuren Neodym-Magneten und aufwändige Schallführung für die Tieftonwiedergabe. Das klingt gut und das auch bei höherer Lautstärke, also die perfekte Beschallung, auch für größere Räume als Stimmungsmacher auf einer publikumsreichen Party. SoundTouch 20 oder Portable sind zwar auch partyfest, doch das Gehäusevolumen und die zwangsläufig kleineren Chassis setzen der möglichen Lautstärke akustische Grenzen.

Wie funktioniert SoundTouch? Mit zwei Worten gesagt: Ganz einfach! Erst wird die SoundTouch-App auf den Computer geladen, wobei der Bose-Server automatisch erkennt, welches Betriebssystem der anfragende Computer hat. Also auch keine Probleme beim Apple iOS.

Nach dem Installieren wird der Nutzer schrittweise zur Verbindung mit dem Heimnetzwerk geführt. Wer sich daran hält, kann eigentlich nichts falsch machen. Nach der Integration des SoundTouch Speakers in das Heimnetzwerk wird die USB-Verbindung zum Computer abgezogen und der Speaker braucht nur noch einen Stromanschluss. Abgesehen vom SoundTouch Portable, der über einen integrierten Akku verfügt.

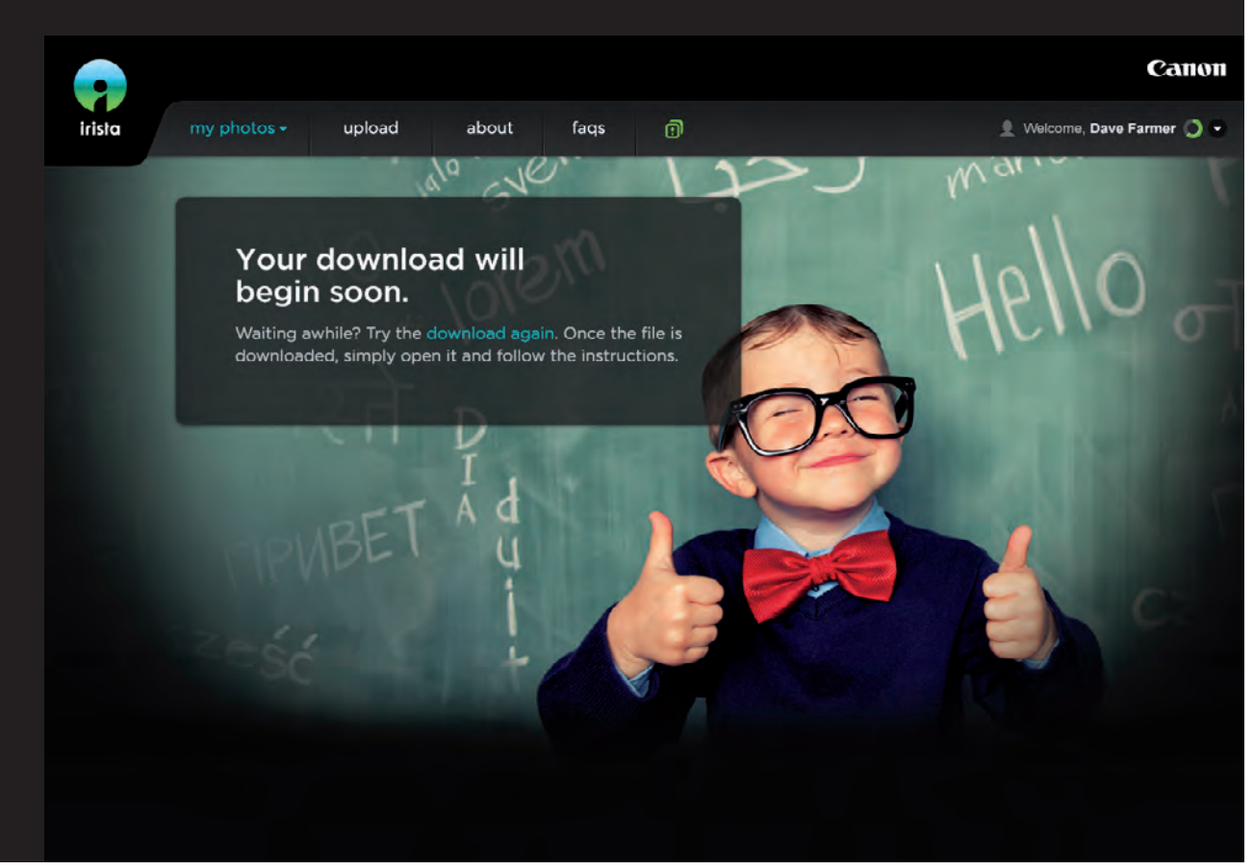
Ab jetzt kann jedes Audiosignal wiedergegeben werden, auf das man über das Heimnetzwerk Zugriff hat. Vornehmlich natürlich die Tausenden von Internetradios. Zudem auch einige Musikstreaming-Dienste, hier baut Bose das Angebot weiter aus. Auf Musik aus dem eigenen Netzwerk, also auf PC mit Windows Media Player, Mac mit iTunes oder ein NSA-Laufwerk kann einfach zugegriffen werden. Die Titel der Stücke, soweit sie definiert sind, werden auf dem OLED-Bildschirm auf der Frontseite angezeigt. Analog beim Internetradio die Senderinformationen. Die System-Steuerung erfolgt über eine kompakte Fernbedienung. Zusätzlich können über sechs Presets Internetradios und Musikordner im Heimnetzwerk für die schnelle Anwahl programmiert werden. Noch etwas komfortabler in der Bedienung ist die SoundTouch-App für iOS und Android. Auch sie bietet die Konfiguration der Presets und einen komfortablen Zugriff auf die Radiostationen im Internet.

Wer sich den Luxus mehrerer SoundTouch-Geräte leistet, kann alle seine Räume ohne Aufwand mit der gleichen Musik beschallen lassen. Die UVPs: SoundTouch 30 kostet 699,95 Euro, SoundTouch 20 und SoundTouch Portable jeweils 399,95 Euro.

www.bose.de

Vorauswahl – Tausende von Radiosendern im Internet, wer will da immer wieder suchen? Sechs Preset-Tasten können mit den Lieblingssendern belegt werden. Noch einfacher die Apps (Bilder ganz oben) für iOS und Android, mit denen die Bedienung mit umfangreichen Programm- und Musikinfos auf dem Display noch viel leichter wird.

Bedienkomfort – der SoundTouch Controller (UVP 99,95 Euro) mit informativem OLED-Display im Zentrum bietet Zugriff auf alle alle Funktionen. Mit einer Halterung auch Wandmontage möglich.



Wohin mit all den schönen Bildern? Aus den besten entstehen Fotobücher – und dann? Hier bietet Canon als Dienstleistung jetzt die Online-Plattform ‚irista'. Hochladen lassen sich alle gängigen Formate – auch Dateien aus dem Smartphone.

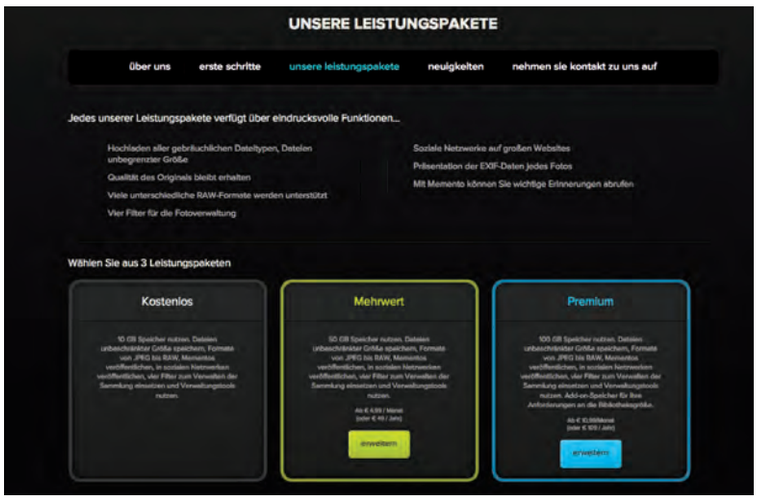
Bilder besser organisieren

CANON und irista: Neue Online-Plattform für die Fotoverwaltung

Heutzutage werden digital tausende Bilder gemacht – unübersichtlich gespeichert auf unterschiedlichen Kameras, Smartphones und anderen Aufnahmesystemen. Mit ‚irista' kommt jetzt von Canon eine Plattform, die dieses Problem löst und alle Bilder an einem zentralen Ort in einer einzigen Bildersammlung zusammenführen soll. Vorher bekannt als Betaversion des , Project 1709', erleichtert irista das Auffinden jedes Bildes – ganz unabhängig davon, womit es aufgenommen wurde, so sollen Erinnerungen lebendig bleiben.

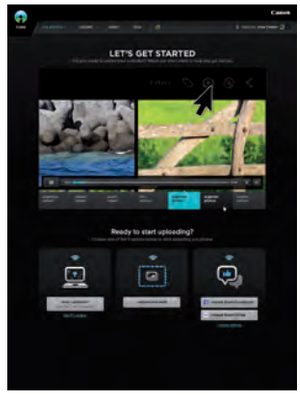
Im Fokus stehen vier Grundbedürfnisse der Anwender:

- Schnell und einfach jedes Bild in einer Sammlung finden.
- Bilder direkt über beliebte soziale Netzwerke austauschen sowie Likes und Kommentare zurückverfolgen.
- Nur eine einzige Plattform, damit Menschen über ihre Bilder miteinander interagieren, ihr Foto-Knowhow optimieren und das Optimum aus ihren Bildern herausholen.
- Ein einziger sicherer Speicherplatz für alle Bilder, der jederzeit und überall Zugang bietet.



Tranparente Kosten – 10 Gigabyte Speicherplatz gibt es bei irista ohne Einstellgebühren, wer mehr will, muss investieren; die Kostenstruktur ist sehr übersichtlich gestaltet.

So gut wie alle Dateiformate kompatibel: Der Service unterstützt viele Dateiformate, hat keine Dateigrößenbegrenzung und lädt automatisch neue Inhalte in die Sammlung. Eine schlank gehaltene Nutzerschnittstelle wird von einem leistungsstarken Suchindex unterstützt, der Bilder anhand vieler Kriterien indiziert. Die übersichtliche Kachelstruktur des Menüs beinhaltet ein individualisierbares Timeline-Band und tag-basierte Filteroptionen, die das Auffinden von Aufnahmen anhand eines Datums, Ortes, persönlichen Nutzer-Tags, Objektivtyps und vielem mehr vereinfacht. Die Verknüpfung mit sozialen Netzwerken wie Facebook und Flickr erlaubt die Veröffentlichung von Aufnahmen auf beiden Plattformen und das Zurückverfolgen von Kommentaren aus den sozialen Netzwerken direkt über die irista Schnittstelle.



Die neue Plattform ist für alle verfügbar und bietet gestaffelte, auf verschiedene Anforderungen zugeschnittene Möglichkeiten. Übrigens ist sie der derzeit einzige Service dieser Art und vollständig um die Nutzeranforderungen aufgebaut. Auch soll der Service im Laufe der Zeit durch zunehmend neue Funktionen optimiert werden.

Gestaffelte Gebühren: Das Einstiegs-Abo mit zehn Gigabyte Cloud-Speicherplatz ist kostenlos. Es bietet Gelegenheits- und Hobby-Fotografen den vollen Nutzen und Funktionsumfang der irista Plattform – gut geeignet, um Foto-Sammlungen zu verwalten oder spezifische Fotoprojekte zu realisieren. Für ambitionierte Fotoenthusiasten oder Fotoprofis mit größerem Speicherplatz-Bedarf, stehen mit 50 und 100 Gigabyte zwei weitere Optionen zur Auswahl, deren Kosten monatlich oder jährlich in Rechnung gestellt werden.

Folgende Abos stehen bei irista zur Verfügung:

- Bis zu 10 GB Speicherplatz: Keine Kosten, voller Funktionsumfang.
- Bis zu 50 GB Speicherplatz: 4,99 Euro im Monat oder 49 Euro im Jahr.
- Bis zu 100 GB Speicherplatz: 10,99 Euro im Monat oder 109 Euro im Jahr.

www.canon.de
www.irista.com

Umfassende Ferienzeit-Kampagne von Nikon. Dazu gehören auch aufmerksamkeitsstarke Aktivitäten für den Foto-Fachhandel, den man aufgrund seiner hohen Beratungsqualität als äußerst wichtigen Partner betrachtet.

NIKON mit großer Kampagne für den Sommer

Aktivitäten für Endverbraucher und zur Unterstützung des Handels

„Unsere Sommer-Kampagne geht neue Wege in der Kommunikation und Kundenansprache, um potenzielle Käufer noch nachhaltiger zu erreichen", betont **Martin Broderick**, Head of Strategy and Marketing der Nikon GmbH, „dies ist notwendig, da sich der Kameramarkt in einer Phase der starken Veränderung befindet, ausgelöst unter anderem durch ein sich änderndes Verbraucherverhalten. Wir wollen den fotointeressierten Menschen klar zeigen, dass sie mit unseren Kameras ihr kreatives Potenzial und ihre Ideen weitaus besser verwirklichen können, als sie es bis dato mit ihrer aktuellen Kamera oder ihrem Smartphone tun. Urlaub ist für uns alle eines der großen Highlights im Jahr. Diese Zeit auf eine einmalige und kreative Art und Weise festzuhalten und direkt mit seinen Freunden zu teilen ist Teil unserer Nikon-Philosophie. Diese Inspiration wollen wir an unsere Kunden weitergeben und somit das Leben unserer Kunden bereichern."

SUMMER OF INSPIRATION: Die Nikon Kampagne umfasst zahlreiche Kommunikationsmaßnahmen, hinzu kommen spezielle Maßnahmen für den Foto-Fachhandel, den Nikon aufgrund seiner hohen Beratungsqualität als äußerst wichtigen Partner betrachtet. Nikon wird zudem mit einem eigenen Stand auf diversen Fotografie-Events wie das Internationale Naturfoto-Festival der GDT oder das Wunderwelten-Festival für Fotografie und Naturschutz teilnehmen, um die Kommunikation mit den Hobbyfotografen zu intensivieren und sie durch Workshops, Vorträge, Produktberatung und Kamera-Leihstellungen vor Ort bei ihrer Passion bestmöglich zu unterstützen.

Kamera-Leihsets für den Handel: Um sich von der Qualität der Nikon FX-Vollformat-Kameras im Rahmen der Kampagne überzeugen zu können, haben Konsumenten bei teilnehmenden Händlern zudem die Möglichkeit, das Try & Buy-Programm zu nutzen. Für dieses Programm stellt Nikon den teilnehmenden Händlern ein Leih-Set der Nikon D610 sowie der Nikon D800 inklusive passenden Objektiven zur Verfügung, die die Händler für Leihstellungen nutzen und somit ihre Kunden beim Kaufentscheidungsprozess noch stärker unterstützen können. Zudem können Käufer von FX-Kameras bei teilnehmenden Händlern in den Genuss eines Gutscheins zur Teilnahme an einem FX-Workshop der Nikon School gelangen, um FX-Fotografie und FX-Kamera-Technik noch intensiver zu erfahren. Die Information, welche Händler an dem Try & Buy-Programm teilnehmen, sowie eine Übersicht zu den von Nikon begleiteten Fotografie-Events sind zu finden auf www.nikon-fx.de.

www.nikon.de

Neues Flaggschiff im Lumix-Portfolio: Die FZ1000 mit großem 1-Zoll-MOS-Sensor und 4K-Videofunktion. Zusammen mit dem Sensor ist das Leica DC-Vario-Elmarit 2,8-4,0/25-400 mm-Zoom optisches Kernstück der Panasonic Kamera.

PANASONIC Lumix-Flaggschiff FZ1000

Mit WiFi-Modul, NFC-Technik und Weitwinkel- bis Supertele-Zoom

Zweifellos die wesentliche Neuheit bei der soeben vorgestellten FZ1000: Das Leica DC Vario-Elmarit 2,8-4,0/25-400 mm, bezogen aufs Kleinbildformat. Das 16fach-Zoom besteht aus 15 Glas-Linsen in elf Gruppen, darunter vier ED-Linsen und fünf asphärische Linsen mit acht asphärischen Oberflächen. Der Einsatz der asphärischen Linsen soll für gleichmäßige, harmonische Unschärfeverläufe sorgen. Vier Linsen bilden die Frontlinsengruppe des Zooms und minimieren speziell Farbsäume im Telebereich. Dank des 1 Zoll großen Sensors der FZ1000 kommen die Gestaltungsmöglichkeiten mit der Schärfentiefe dieses lichtstarken Zooms und sein schönes Bokeh besonders gut zur Geltung. Die gleichmäßige motorische Brennweitenänderung kann in fünf Geschwindigkeitsstufen erfolgen.

1 Zoll großer MOS-Sensor: Die lichtempfindliche Fläche des 20,1 Megapixel auflösenden Sensors ist vier Mal größer als bei den üblichen 1/2,3 Zoll-Sensoren, und somit ist jedes Pixel 2,4fach so groß wie beim 12-Megapixel-Sensor der FZ200. Auch der Venus Engine-Bildprozessor für die Lumix FZ1000 wurde neu entwickelt. Er arbeitet mit vier Prozessorkernen für eine Hochgeschwindigkeits-Signalverarbeitung, wie sie für die anfallenden großen Datenmengen bei 4K-Videoaufnahmen erforderlich ist. Ein neuer Blendenfilter auf dem Sensor sorgt durch einen, je nach Frequenz, unterschiedlichen Grad der Schärfung für eine verbesserte Kantendarstellung. Ergebnis ist ein natürlicherer Bildeindruck etwa bei Hauttönen und feinen Haarstrukturen.

Erste digitale Kompaktkamera mit 4K-Videoaufzeichnung: Für die zuverlässige 4K-Videoaufzeichnung nutzt das neue Lumix-Flaggschiff SD-Speicherkarten der neuen Geschwindigkeits-Klasse UHS Speed Class 3 (U3). Sie garantiert eine gleichbleibende Mindest-Schreibgeschwindigkeit von 30 MB/s, wie sie für 4K-Videoaufnahmen erforderlich ist. Das leistungsstarke 16fach-Zoom überzeugt bei Videoaufnahmen durch gleichmäßige Zoomfahrten in fünf Geschwindigkeitsstufen und Hybrid-OIS-Bildstabilisierung mit Aktive-Modus.

Schnelle Scharfeinstellung: Ein neues, eigens abgestimmtes Linearmotor-Fokussiersystem bringt der FZ1000 eine bis zu 275 Prozent schnellere Fokussierung im Vergleich zur FZ200. Basis für die beschleunigte, fast verzögerungsfreie Fokussierung ist ein Hybrid-Kontrast-AF-System mit DFD-Technologie, es berechnet blitzschnell die Entfernung zum Motiv durch die Auswertung von zwei Aufnahmen mit unterschiedlichen Schärfeebenen unter Berücksichtigung der vom Objektiv kommenden charakteristischen Daten. Davon profitiert vor allem die Fokussierung mit längeren Brennweiten. Zusammen mit der schnellen Einschaltzeit von 0,66 Sekunden und der kurzen Auslöseverzögerung hat der Fotograf mit der Top-Lumix beste Chancen, selbst flüchtigste Motive zu erfassen.

100-Prozent-OLED-Sucher: Der 0,39 Zoll-OLED-Sucher mit seinem 100-Prozent-Bild im Seitenverhältnis von 4:3 will besonders durch seine hohe Auflösung von 2.359.000 Bildpunkten und die komfortable Sichervergrößerung von 1,88x überzeugen. Sie entspricht einem Wert von 0,7x bei professionellen 35mm-Vollformat-SLRs. Zur besseren Beurteilung von Kontrasten kann das Live-View-Bild im Sucher auch monochrom angezeigt werden. Die Umschaltung zwischen Sucher und Monitor erfolgt automatisch per Augensensor oder manuell. Das integrierte WiFi-Modul (IEEE 802.11 b/g/n) samt NFC (Near Field Communication)-Technologie erlaubt die kabellose Bildübertragung sowie Fernbedienung der Kamera über Smartphone oder Tablet-PC über die Panasonic „Image App“. Damit erschließt sich die Live-View-Bildkontrolle per Smartphone oder Tablet-PC.

OLED-Live-View-Sucher – der große Sucher mit 2.359.000 Bildpunkten bietet 100 Prozent Bildübersicht. Der 3“-LCD-Monitor mit einer Auflösung von 921.000 Bildpunkten lässt sich um 180 Grad zur Seite klappen und dann um 270 Grad drehen.

www.panasonic.de

Action-Kamera – die neue NX30 bietet nicht nur einen Kontrast-, sondern auch einen schnellen Phasendetektions-Autofokus.

„Knackscharfe Action-Fotos“ bei allen rasanten Fotogelegenheiten verspricht das Hybrid-AF-II-System der neuen NX30. Denn, so Samsung, „dreifach gemessen schärft besser!“

SAMSUNG Systemkamera NX30

Intelligente Autofokus-Technologie für schnelle Schnappschüsse

Sich bewegende Motive ergeben meist besonders stimmungsvolle Aufnahmen. Sie scharf abzubilden, stellt Fotografen aber vor eine Herausforderung. Von Vorteil sind automatische Fokussierungs-Technologien wie der verbesserte intelligente Hybrid-Autofokus II in der aktuellen Samsung-Systemkamera NX30.

Spielende Kinder, die Hauskatze beim Schmetterlingfangen, die Kumpels beim Skaten oder die Straßenparade beim Städteurlaub. Genau bei diesen beliebten Motiven soll der Hybrid-AF II von Samsung seine Stärken unter Beweis stellen. Er vereint die Schnelligkeit eines Phasendetektions-Autofokus mit der Präzision eines Kontrast-AF.

So funktioniert der Hybrid-Autofokus II: Beim Hybrid-AF-System befinden sich Phasen- und Kontrastdetektion direkt auf dem Bildsensor. Dadurch ist die Schärfemessung schnell und präzise. Schon bei der NX300 im Einsatz, wurde die Technologie beim brandneuen Flaggschiff NX30 nochmal verbessert. Der Hybrid-AF II misst die Lage eines Motivs im Bild nun mit drei verschiedenen Hochleistungs-Modulen. Zwei davon analysieren wie bereits bei der Vorgängerversion des Hybrid-AF jeweils die horizontal und vertikal verlaufenden Linien. Neu hinzugekommen ist ein Kreuzfeldmessmodul, das in der Bildmitte die horizontale und vertikale Ausrichtung des Motivs gleichzeitig prüft. Dadurch konnte die Leistung in Schwachlichtumgebung um 35 Prozent gesteigert werden.

Marco Hahn, Head of Digital Imaging bei Samsung Electronics: „Vor dem Kamerakauf auf eine hochwertige Autofokustechnologie zu achten, ist entscheidend für alle, die gerne Bildideen mit sich bewegenden Motiven umsetzen wollen.“

Bei der Phasenvergleichsmessung analysieren die entsprechenden AF-Module direkt den Abstand zum Motiv. Das Verfahren ist tendenziell schneller, jedoch nicht ganz so präzise wie die Kontrastmessung. Diese wiederum sucht in einem Bild den größtmöglichen Kontrast. Hat sie diesen identifiziert, „vermeldet“ sie das Motiv als scharfgestellt. Die Kontrastdetektion arbeitet genauer, ist aber durch das „Heranarbeiten“ an den maximalen Kontrastpunkt tendenziell langsamer als die Phasenvergleichsmessung. Beide Technologien zu kombinieren, stellt daher eine überaus attraktive Unterstützung für den Fotografen dar.

Tipps zum Fokussieren von Action-Motiven: Wie bei jedem hochwertigen Werkzeug, kommt es auch beim Hybrid-AF II auf dessen angemessenen Einsatz an. Von den verschiedenen Betriebsarten der automatischen Scharfstellung ist der Nachführ-Modus

Verschlusszeit 1/8.000 Sekunde – 20,3 Megapixel plus kurze Belichtungszeit und schnelles Autofokus-System für das Einfrieren packender Actionfotos.

(Kontinuierlicher AF) am besten für Fotos von sich bewegenden Motiven geeignet. Dabei misst die Kamera kontinuierlich, wie schnell sich etwa ein laufendes Kind in welche Richtung bewegt. Bei einer einmaligen Messung hätte es sich zum Zeitpunkt des Auslösens schon wieder aus der Schärfeebene hinaus bewegt. Befinden sich mehrere sich bewegende Motive im Bild, muss der Nutzer entscheiden, bei welchem die Schärfe nachgeführt werden soll, dabei hilft der Verfolgungs-AF. Dazu wählt der Fotograf im Menü den Verfolgungs-AF, visiert das Motiv mit dem AF-Messfeld an und drückt den Auslöser halb durch. Alternativ lässt sich das Motiv auf dem Touch-Display mit dem Finger auswählen. Da in rasanten Situationen selten Zeit bleibt, um das AF-Messfeld manuell auf ein Gesicht zu verschieben, kann die „Gesichtserkennung“ aktiviert werden, dann übernimmt die Kamera die Scharfeinstellung automatisch. Doch auch bei einem Action-Foto sollte nicht nur die Schärfe stimmen, sondern auch die Belichtung und die Farbwiedergabe. Wer das nicht alles separat einstellen möchte oder in hektischen Situationen keine Zeit dazu hat, kann ein Motivprogramm dies übernehmen lassen. „Wer diese grundlegenden fotografischen Tipps zum richtigen Einsatz beherzigt, findet im neuen Samsung Hybrid-AF II einen zuverlässigen Assistenten für beeindruckende Bilder von Bewegtmotiven“, weiß Marco Hahn.

www.samsung.de

ROLLEI: Actioncam und Kamera-Slider

Mit der neuen Rollei Actioncam S-50 WiFi können Action-Begeisterte über Smartphone via App auf die Kamera zugreifen und Videos

und Fotos in Echtzeit betrachten oder teilen. Das integrierte WLAN (bis zu 20 m Reichweite) und die entsprechende App (für iOS und Android) machen es möglich. Die Full-HD-Auflösung (1080p) soll atemberaubende Aufnahmen in höchster Qualität gewährleisten. Für scharfe Zeitlupenaufnahmen kann die Bildrate auf bis zu 60 fps (1080i) hochgesetzt werden, während einer Videoaufzeichnung können auch Fotos gemacht werden. Die Video-Zeitraffer-Funktion (Video Time Lapse) eröffnet eine ganz neue Dimension für Videoaufnahmen und begeistert mit einstellbaren Zeitintervallen.

Highlights: Auflösung 14 Megapixel; 175°-Weitwinkel-Objektiv; 180° Überkopf-Aufnahmen möglich; Full-HD Video-Auflösung (1080p); 3 Meter stoßfest; 60 Meter wasserdicht. Zum Lieferumfang gehören Standard-Halterung, Unterwasser-Schutzgehäuse mit zwei auswechselbaren Rückwänden (1x zum Tauchen, 1x Spritzwasserschutz für besseren Sound und Mikrofon-Anschluss), wechselbare Kamerafronten in Gelb, Blau und Schwarz, Helmhalterung, flaches Klebepad, gebogenes Klebepad, zwei wiederaufladbare Lithium-Ionen-Akkus, USB-Kabel, Magic Tape und Benutzerhandbuch + Download-Link für Corel-VideoStudio X6.

Der überaus stabile Kamera-Slider für ruckelfreie, vibrationsfreie und schlenkerfreie Videoaufnahmen mit DSLR-Systemkameras und Camcorder besteht aus hochwertigem Carbon. Dieses Material zeichnet sich durch geringes Gewicht und temperaturresistenz aus.

Plus X Award

Mit einer internationalen und unabhängigen Fachjury aus 25 Branchen, 23 kompetenten Partnern und einem investierten Marketingvolumen von über 25 Millionen Euro ist der Plus X Award heute der weltgrößte Innovationspreis für Technologie, Sport und Lifestyle. Produkte, die über mindestens einen „Plus X" Faktor verfügen, werden mit einem Plus X Award Gütesiegel ausgezeichnet. Diese werden in sieben verschiedenen Kategorien vergeben – Innovation, High Quality, Design, Bedienkomfort, Funktionalität, Ergonomie und Ökologie. Voraussetzung für eine Auszeichnung ist: Das Produkt muss qualitativ hochwertig, funktionell und auf der Höhe der Zeit gestaltet sein. Diese Vorbedingungen müssen erfüllt sein, bevor die Jury überhaupt über einen Award abstimmt. Und: Es muss eine oder mehrere überzeugende Zusatzfunktionen aufweisen – die „Plus X" Faktoren echter Markengüte.

www.plusxaward.de

FUJI: instax SP-1

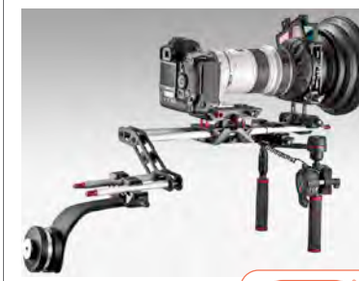
Mit dem Handy werden so viele Schnappschüsse eingefangen wie niemals zuvor, echte Abzüge sind für viele dagegen noch immer das Non-Plus-Ultra. Mit dem instax Share SP-1 kann der Handel nun sowohl Smartphone-Nutzer wie auch Liebhaber der analogen Fotografie locken – schließlich spricht der mobile Printer die Vorlieben beider Zielgruppen an. Um den Sofortbild-Drucker mit Smartphone oder Tablet zu verbinden, stellt der instax Share SP-1 eine eigene sichere W-LAN-Verbindung her. Bild auswählen, senden, drucken – nach wenigen Sekunden ist der Abzug des Handyfotos im praktischen Sofortbildformat (62 x 46 mm) fertig. Die Bedienung des Druckers erfolgt über die kostenlose instax Share-App, erhältlich für iOS und Android. Highlight: Über die App kann jedes Bild bearbeitet und mit klassischen Effekten wie Schwarzweiß- oder Sepia-Optik versehen werden.

JVC: GZ-RX 115

Dem Everio Full-HD-Speicherkarten-Camcorder GZ-RX115 sieht man nicht an, dass er besonders hart im Nehmen ist. Durch den 4-fachen Schutz des Gehäuses – wasserdicht bis 5 Meter Tiefe, stoßfest bis zu 1,5 Meter Fallhöhe, kältegeschützt bis zu 10°C und staubdicht – übersteht der Action-Camcorder auch harte Belastungen bei jedem Wetter klaglos – immer bereit, aufregende Aktionen wahlweise in bester Full HD oder AVCHD-Qualität einzufangen. Hinzu kommt die Ausstattung mit einer integrierten „Long-Life"-Batterie, die bis zu 4,5 Stunden ununterbrochenes Filmen durchhält. Ein weiteres Highlight ist die integrierte Wi-Fi-Technologie (WLAN-Schnittstelle) mit ihren vielen interessanten Möglichkeiten. Ein interner 8-GB-Speicher kommt der Benutzerfreundlichkeit zugute und unterstützt den Datenaustausch.

MANFROTTO: SYMPLA und SPECTRA

Das Videofilmen hat sich durch Hybrid-DSLR-Kameras mit HD-Videofunktion und immer kleiner werdende Profi-Camcorder enorm verändert. Die Kameras bieten attraktive Vorteile und fesselnde Möglichkeiten, sie bringen aber auch die Anforderung mit sich, möglichst verwacklungsfreie Freihand- oder schultergestützte Aufnahmen zu realisieren. SYMPLA ist Manfrottos Lösung für dieses Problem: Ein professionelles, modulares Video-Rig-System, das die neuen Kameras hervorragend ergänzt. Es sorgt für eine stabile Unterstützung, ist vielseitig und bietet eine hohe Leistungsfähigkeit. Alle wesentlichen Zubehörteile können am Rig befestigt werden. Darüber hinaus lässt es sich bequem und sicher tragen und ist viel leichter und schneller aufzubauen als alle bisherigen Rigs.



SPECTRA ist die neue Familie der Profi-LED-Dauerlichter von Manfrotto. Sie wurde für anspruchsvollste Videofilmer und Fotografen konzipiert. Die LED-Leuchten zeichnen sich durch hohe Zuverlässigkeit und Lichtqualität aus und heben sich dank ihres schlanken und eleganten Designs deutlich von auf dem Markt gängigen LED-Panels ab. Typische SPECTRA-Highlights: Farben werden mit hoher Genauigkeit wiedergegeben und der Hautton der Modelle wirkt immer natürlich. Dank der langlebigen Batterien (durchschnittlich 1,5 Stunden) eignet sich SPECTRA nicht nur für das Studio, sondern auch für den Einsatz „on location". Die kompakten LED-Dauerlichter lassen sich bequem überall hin mitnehmen und werden ganz einfach auf der Kamera befestigt.

CANON: EOS 1200D und PowerShot G1 X Mark II

Mit der neuen EOS 1200D nimmt Canon besonders die DSLR-Einsteiger ins Visier. „Sie ist ideal für wunderbare Fotos sowie Full-HD-Movies auf spielend leichte Art“ heißt es im Pressetext. Premiere: Die EOS 1200D ist die erste Kamera mit der EOS-Begleiter-App. Das Mini-Programm ist für iOS- und Android-Mobilgeräte verfügbar. Es bietet nützliche Tipps und Lehrgänge, um das Maximum aus der Kamera herauszuholen. Über die EOS Begleiter App und die auf einfache Navigation ausgelegte Schnellstart-Anleitung lernt man sehr bequem die Funktionen und Tastenbelegung der Kamera kennen. So unternehmen Anfänger ohne Probleme die ersten Schritte zur Aufnahme der schönsten Momente. Im App-Bereich „Entdecken“ stehen Experten-Lehrgänge und dem eigenen Lerntempo angepasste Schritt-für-Schritt-Übungen zu den Grundlagen der Fotografie zur Verfügung. Themen zu beliebten Aufnahmemotiven – wie Haustiere oder Personen – sind mit Fotoanleitungen, wie Informationen über Belichtung oder Perspektive, im App-Bereich „Inspirieren“ kombiniert. Zudem enthält die App eine Problemlösungs-Anleitung mit hilfreichen Tipps zur Foto-Optimierung, Vermeidung typischer Fehler wie verschwommene oder überbelichtete Bilder und Tipps zur Bildkomposition von Gruppen- und Landschaftsbildern.

PLUS X AWARD®
2014 ausgezeichnet für:
High Quality
Bedienkomfort
Funktionalität
Ergonomie

Premiere für die PowerShot G1 X Mark II, Nachfolgerin des bis dato leistungsstärksten Canon Kompaktkamera-Flaggschiffs PowerShot G1 X.

Die neue PowerShot soll eine perfekte Zusatzkamera für jede professionelle Kamera-Ausstattung sein. Ihr großer 1,5-Zoll-Typ Canon CMOS-Sensor sorgt für die enorme Leistungsstärke der PowerShot G1 X Mark II. Sein Oberflächenbereich ist mehr als doppelt so groß wie der konventioneller 1,0-Zoll-Typ Sensoren in vergleichbaren Modellen. Er ermöglicht – ähnlich wie die APS-C Sensoren in DSLR-Kameras – das Fotografieren mit geringer Schärfentiefe – ideal für professionell aussehende Porträt- und Makrofotos. Die neue Sensorkonfiguration erlaubt die Anpassung und vollständige Nutzung der gesamten Breite des Objektivkreises, sei es bei der Bilderfassung im Standard-Seitenverhältnis 3:2 mit 12,8 Megapixeln oder im Verhältnis 4:3 mit 13,1 Megapixeln ohne Änderung der effektiven Brennweite. Für eine Expertenleistung im kompakten Gehäuse punktet die PowerShot G1 X Mark II mit einer Reihe von Entwicklungen für eine Kamerasteuerung auf Profi-Niveau. Ein optimiertes AiAF System arbeitet nun mit 31 AF-Messfeldern, im Vergleich zur PowerShot G1 X mit neun AF-Messfeldern. Die hohe Messfeld-Dichte und ihre große Abdeckung des Bildbereiches über den gesamten Bildausschnitt verbessern die Möglichkeit, die Kamera bei der Bildgestaltung mit geringer Schärfentiefe präzise auf die Motive einzustellen.

PLUS X AWARD®
2014 ausgezeichnet für:
High Quality
Bedienkomfort
Funktionalität
Ergonomie

PENTAX/RICOH: Pentax 645Z und Ricoh Theta

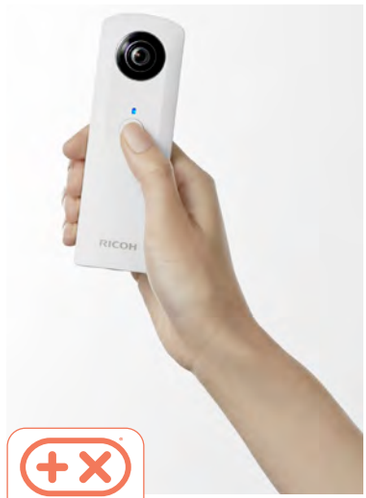
Mit der Pentax 645Z stellt Ricoh Imaging eine neue Mittelformatkamera vor, die über einen CMOS-Sensor mit einer Auflösung von 53 MP verfügt. Neben vielen interessanten Details bietet sie auch eine Live-View-Funktion und nimmt Videos in Full-HD auf. Dank des besonderen Wetterschutzes durch 76 Dichtungen ist die 645Z außer im Studiobetrieb auch dort als zuverlässiges Fotografenwerkzeug geeignet, wo andere Kameras besser in der Tasche bleiben.

PLUS X AWARD®
2014 ausgezeichnet für:
High Quality
Bedienkomfort
Funktionalität

Das Herzstück der Kamera ist ein CMOS-Bildsensor mit einer effektiven Auflösung von 51,4 MP. Das Aufnahmeformat von 44 x 33 mm und die sehr hohe Auflösung sollen Garanten für herausragende Bildqualität sein. Der Hochleistungssensor, die komfortable Bedienbarkeit, die Präzision und die einzigartige Zuverlässigkeit sind laut Ricoh „Merkmale, die höchste Ansprüche von Berufsfotografen und ambitionierten Fotoamateuren gleichermaßen erfüllen.“

Die neue 645Z ist eine konsequente Weiterentwicklung der im Jahr 2010 vorgestellten Pentax 645D. Die schon bei den analogen Kameras bewährte Bauform wurde genauso beibehalten wie die wetterfeste und staubdichte Konstruktion der 645D. Die Möglichkeit, Bilder schon vor der Aufnahme mittels Live-View zu beurteilen, ein neues AF-System sowie eine präzise Belichtungsmessung und -steuerung sind Eigenschaften, wie sie für eine Kamera dieser Klasse eher unüblich sind. Auch die Prozessorgeschwindigkeit, die Möglichkeit, die Kamera per Tethering oder browserbasiert, kabellos, beispielsweise über ein Smartphone, zu steuern und nicht zuletzt die Option Full-HD-Videoaufnahmen zu erstellen, erhöhen die Flexibilität der kreativen Fotografie um ein Vielfaches.

Ricoh präsentiert die erste serienmäßig gefertigte Kamera für vollsphärische Aufnahmen, die eine komplette Umgebung vollsphärisch mit einer einzigen Aufnahme festhalten kann. Die neue Ricoh Theta ist mit einem unternehmenseigenen, kompakten optischen System mit zwei gefalteten Linsen ausgestattet, die eine komplette Szene um die Kamera herum sowie darüber und darunter in einer einzigen Aufnahme erfassen können. Das Ergebnis ist eine neue Art von vollsphärischen Bildern.



PLUS X AWARD®
2014 ausgezeichnet für:
Innovation
Design
Funktionalität

Zeiss: Otus 1.4

35-mm-DSLR-Kameras mit hochauflösenden Sensoren stellen immense Anforderungen an Objektive. Zeiss will mit dem Otus 1.4/55 diesen Anforderungen gerecht werden – mit einer hervorragenden Schärfe, höchstem Bildkontrast und keinerlei sichtbaren chromatischen Aberrationen, es soll für höchste Bildqualität auch bei Offenblende sorgen. Das Otus 1.4/55 ist das erste Objektiv in einer Familie von hochwertigen Profi-Objektiven von Zeiss, weitere Brennweiten folgen. Übrigens ist ‚Otus‘ die lateinische Bezeichnung für eine Eulenart, die in der Dunkelheit sehr gut sehen kann.

PLUS X AWARD®
2014 ausgezeichnet für:
High Quality
Design

Wann und wo? – Nikon D810 ist voraussichtlich ab Mitte Juli zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 3.229 Euro bei ausgewählten Nikon Vertriebspartnern erhältlich.

NIKON Vollformatkamera D810

36,6-Megapixel-Sensor im FX-Format für erstklassige Bilddetails

Feierliche Premiere für die professionelle D810. Punkten soll sie mit hoher Auflösung, Detailschärfe, Vielseitigkeit, Schnelligkeit und ISO-Leistung. Hinzu kommen professionelle Videoqualität und -funktionen.

Hohe Serienbildrate: Die komplett neue D810 will ihre Vorgängerin D800E in Sachen Bildqualität, hoher Geschwindigkeit und flexiblen Full-HD-Videofunktionen klar übertreffen. Dank einer beachtlichen Autofokusleistung, der Serienbildrate von bis zu 7 Bildern pro Sekunde und Full-HD-Videoaufnahmen bei 1.080/60p soll jede Szene sehr präzise erfasst werden.

Als erste D-SLR bietet die D810 einen Bildsensor mit einer Grundempfindlichkeit von ISO 64. Der Standard-ISO-Bereich reicht am anderen Ende bis ISO 12.800. Der ISO-Bereich lässt sich noch bis auf Enstprechungen von ISO 32 bis 51.200 erweitern. Die Kamera ist übrigens mit derselben Bildverarbeitungs-Engine EXPEED 4 ausgestattet wie das Spitzenmodell D4S, was für eine erhebliche Leistungssteigerung insgesamt sorgt.

Schnellere Bildfolgen und das verbesserte AF-System mit dem Autofokus-Modul Multi-CAM 3500FX mit 51 Messfeldern ermöglichen detailgetreue Bilder in voller Auflösung bei einer Bildrate von bis zu 5 Bildern pro Sekunde. Im DX-Format sind Bilder mit einer Auflösung von 15,4 Megapixeln bei einer Bildrate von sogar 6 Bildern pro Sekunde möglich, ebenso im Format 1,2x, das eine Sensorfläche von

Bildkontrolle – der neue 8 cm (3,2 Zoll) große Monitor mit 1.229.000 Bildpunkten bietet die Möglichkeit der individuellen Feinabstimmung nicht nur der Helligkeit sondern auch der Farbbalance für eine individuelle Anpassung.

20 x 30 mm mit 25 Megapixeln nutzt. Bei Einsatz des optionalen Multifunktionshandgriffs MB-D12 mit dem Akku EN-EL18a oder 8 Mignonzellen werden im DX-Format sogar 7 Bilder pro Sekunde erreicht. Nikons neue Messfeldgruppensteuerung bietet eine schnelle und sichere Motiverfassung und Schärfenachführung von Motiven, die vergleichsweise klein sind und sich nah vor einem kontrastreichen oder ablenkenden Hintergrund befinden.

Unbegrenzter Spielraum für Videofilmer: Die D810 ist selbst für anspruchsvollste Kameraleute ein leistungsstarkes und flexibles Werkzeug. Sie nimmt Full-HD-Filme (1080p) mit einer Bildrate von bis zu 60p auf. Rauschen, Moiré und Falschfarbeneffekte wurden gegenüber dem Vorgängermodell weiter reduziert. Die Kamera bietet zwei Bildfeldoptionen für Videoaufnahmen (FX- und DX-basiert) sowie eine unkomprimierte HDMI-Ausgabe und die gleichzeitige Aufnahme von Filmsequenzen in voller Auflösung in der Kamera und auf einem externen Rekorder. Der Empfindlichkeitspielraum lässt sich in der großen Breite von ISO 64 bis zu ISO 51.200 (entsprechend) nutzen. Es ist auch möglich, bei fixierten Werten für Blende und Belichtungszeit, die ISO-Automatik bis zu einer frei wählbaren Obergrenze für eine automatische Anpassung an Helligkeitsunterschiede zu nutzen. Helligkeitswechsel im Motiv werden dabei von der Kamera automatisch mit sehr sanften Belichtungsübergängen gemeistert. Darüber hinaus wird mit der 3D-Rauschunterdrückung von Nikon beim Filmen mit hoher ISO-Empfindlichkeit störendes Rauschen wirksam reduziert. Auf dem Monitor der Kamera können gesättigte Bildpartien („ausgefressene Lichter“) durch ein Zebrastreifenmuster schnell wahrnehmbar angezeigt werden. Mit dem Stereomikrofoneingang und dem Kopfhöreranschluss kann die Lautstärke der Audioaufnahmen sowohl vor als auch während der Aufnahme separat feinabgestimmt werden. Je nach Anwendung können zwei Optionen für den Frequenzgang (Breitband oder Sprache) ausgewählt werden. Ein zuschaltbarer digitaler Windgeräuschefilter soll für eine gute Tonqualität auch bei Außenaufnahmen mit dem integrierten Stereo-Mikrofon sorgen.

‚Picture-Control-System‘ verbessert: Sowohl bei Foto- als auch bei Videoaufnahmen bietet die neue zweite Generation des Picture-Control-Systems wertvolle Werkzeuge, die vor und nach der Aufnahme eine vollständige Kontrolle über Schärfe, Kontrast, Helligkeit, Farbton, Detailkontrast und Sättigung ermöglichen. Die neue Konfiguration „Ausgewogen“ erhält alle Details und Tonwertinformationen in Lichtern und Schatten, sodass für die Nachbearbeitung größter Spielraum gegeben ist. Mithilfe des neuen Pa-

Mit ihrer Schnelligkeit und ISO-Leistung bietet die neue D810 gleichzeitig einen großen fotografischen Spielraum, der auch Bereiche wie Action-, Reportage- und Available Light-Fotografie mit einschließt.

rameters „Detailkontrast“ lassen sich lokale Kontraste präzise anpassen und feine Strukturen herausarbeiten. Die neue Split-Screen-Ansicht im Live-View zeigt zwei auf einer Horizontalen liegende Bildausschnitte gleichzeitig vergrößert an. Dies eignet sich zur präzisen horizontalen Ausrichtung der Kamera und gegebenfalls zur Überprüfung von Schärfentiefe beziehungsweise Lage der Schärfeebene, was beispielsweise für die Architektur- und Produktfotografie sehr nützlich ist. Zusätzliche Kreativfunktionen sind beispielsweise unbegrenzte Serienaufnahmen bei Langzeitbelichtungen ab 4 Sekunden, mit denen sich unzählige JPEGs aufnehmen und mit geeigneten Bildbearbeitungsprogrammen spektakuläre Lichtspurfotos durch die Kombination vieler Serienaufnahmen erzeugen lassen.

D810-Highlights:

- Neuer 36,3-Megapixel-Sensor im FX-Format: bietet erstklassige Bilddetails und Flexibilität bei Ausschnittsvergrößerungen.
- Hohe Lichtempfindlichkeit: ISO-Bereich von 64 bis 12.800, erweiterbar auf ISO 32 bis 51.200.
- Aufnahmeserienrate von bis zu 7 Bildern pro Sekunde: detailgetreue Bilder in voller Auflösung oder im Format 5:4 bei einer Bildrate von bis zu 5 Bildern pro Sekunde, bis zu 6 Bilder/s im DX-Format (15,4 Megapixel bzw. 24 x 16 mm) oder im Format 1,2x (25,1 Megapixel bzw. 30 x 20 mm); bis zu 7 Bilder pro Sekunde im DX-Format mit optionalem Multifunktionshandgriff MB-D12 und Nikon Akku EN-EL18a oder 8 Mignonzellen.
- Bildverarbeitungs-Engine EXPEED 4: sorgt für eine herausragende Gesamtleistung der Kamera.
- Autofokusleistung der Spitzenklasse: Verbessertes AF-System mit AF-Modul Multi-CAM 3500FX mit 51 Messfeldern, auf eine Erfassung des Bildfelds mit 9, 21 und 51 Messfeldern konfigurierbar und mit einer Empfindlichkeit bis zu -2 LW (ISO 100; 20 °C).
- Messfeldgruppensteuerung: Schnelle Motiverfassung und verbesserte Schärfenachführung auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen.
- Video mit zwei Bildfeldoptionen: Full-HD-Filmsequenzen (1080p) im FX- und DX-basierten Format mit einer Bildrate von 50p/60p. Während der Filmaufnahme steht der vollständige Empfindlichkeitsbereich ab ISO 64 zur Verfügung. Außerdem lassen sich Belichtungszeit, Blende und Lautstärke steuern.
- RAW-Dateiformat S: für unkomprimierte 12-Bit-Nikon-NEF-Dateien, die eine schnellere Bildübertragung und eine reibungslose Nachbearbeitung ermöglichen.
- Picture Control 2.0: Die neue Konfiguration „Ausgewogen“ erleichtert die Nachbearbeitung und bietet maximalen Dynamikumfang. Die Klarheit von Details kann mit dem neuen Parameter „Detailkontrast“ gesteuert werden.
- Hörbar leiser: Neuer Verschluss-/Spiegelmechanismus sorgt für ein deutlich leiseres Auslösegeräusch in allen Aufnahmemodi. Zusätzlich steht der neue Modus Qc („leise Serienaufnahme“) für nochmals leisere Aufnahmen mit 3 Bildern pro Sekunde zur Verfügung.
- Extrem scharf: Der neue Verschluss-/Spiegelmechanismus arbeitet mit weniger Erschütterungen und reduziert so Verwacklungsunschärfe. Der Modus „elektronischer erster Verschlussvorhang“ vermeidet selbst allerfeinste Schwingungen bei Langzeitbelichtungen.
- Schnellzugriff auf verschiedene Funktionen über die i-Taste der Kamera.
- Robuster und schneller Verschluss: Der Verschlussmechanismus aus Kevlar-/Kohlefaser-Verbundmaterial mit 52 ms Auslöseverzögerung wurde auf 200.000 Auslösevorgänge getestet. Er ermöglicht Belichtungszeiten zwischen 1/8.000 und 30 s und eine Blitzsynchronisationszeit von bis zu 1/320 s.
- Unbegrenzte Serienaufnahmen: Diese Option ermöglicht bei Langzeitbelichtungen die Aufnahme unzähliger JPEGs für spektakuläre Lichtspurfotos.
- Robustes Gehäuse aus Magnesiumlegierung: Die D810 ist aufwändig gegen das Eindringen von Staub und Feuchtigkeit geschützt.

www.nikon.de

Nikon D800E/D810: Die wichtigsten Unterschiede

Vorstellung	7. Feb. 12	26. Jun. 2014
Unverb. Preisempfehlung	EUR 3.219,-	**EUR 3.229,-**
Effektive Auflösung (FX)	36,3 Megapixel	**Neuer 36,3 MP Sensor ohne Tiefpassfilter**
Prozessor	Expeed 3	**Expeed 4**
ISO	100–6.400 (erweiterbar auf 50 – 25.600)	**64–12.800 (erweiterbar auf 32 – 51.200)**
Autofokussystem	51 Felder	**Verbessertes** 51 Feld-AF-System
Monitor	8 cm (3,2 Zoll) RGB 921.000 Bildpunkte	8 cm (3,2 Zoll) **RGBW 1.229.000 Bildpunkte**
Belichtungsmessung	3D Color-Matrix, Mittenbetont, Spot	3D Color-Matrix, **Lichterbetont,** Mittenbet., Spot
Integriertes Blitzgerät	Ja (aufklappbar)	Ja (aufklappbar)
Serienbildrate	4 Bilder/s, bis zu 5 (6*) B/s DX, 5 B/s bei 1,2x	**5 Bilder/s FX, bis zu 6 (7*) B/s DX, 6 B/s bei 1,2x**
Auslösegeräusche		**Leiser als D800**
Geräusch mit Modus »Leise«		**Leiser als D800**
Leise Serienaufnahme	Nein	**3 Bilder/s**
Videoauflösungen	1920 x 1080 (30, 25, 24 fps),	1920 x 1080 **(60, 50,** 30, 25, 24 **fps)**
Video ISO Automatik bei M	nein	**ja**
Beim Filmen Blende ändern	nein	**ja**
Mikrofon	Mono	**Stereo**
Option kleines RAW	Nein	**Ja**
Individualfunktionen	54	**65**
Akkuleistung (CIPA)	900	**1.200**
Gewicht (inkl. Akku)	1.000 g	**980 g**
Abmessungen	123 x 146 x 82 mm	123 x 146 x 82 mm

USB RECORDING
TV-Sendungen einfach per USB-Anschluss aufzeichnen

Die Sehgewohnheiten der Verbraucher haben sich geändert. Jeder kann sich mittlerweile quasi sein persönliches Fernsehprogramm zusammenstellen und sich dieses ansehen, wann er möchte. EPG (Elektronischer Programm Guide) und das Speichern von Filmen auf Festplatten machen es möglich und bringen noch mehr Kom-

USB-Schnittstellen sind heute standardmäßig in Fernsehern und Receivern integriert. Über diese lässt sich das Display einfach um die Funktionalitäten eines Festplattenrecorders erweitern.

fort und Mehrwert für die Verbraucher. USB-Recording erweitert die Einsatzbereiche des Fernsehers und eröffnet dem Fachhandel attraktive Absatzkanäle durch USB-Massenspeicher.

Kopieren nicht möglich: Gleich ob USB-Festplatte oder Speicherstick, muss dieser vor der ersten Aufnahme durch den Fernseher formatiert werden. Erst dann ist das Gerät in der Lage, Daten auf dem Massenspeicher abzulegen. Gleichzeitig wird der Speicher mit dem Fernseher „verheiratet", so dass die gespeicherten Informationen nur auf diesem TV-Display abspielbar sind. Dies ist ein Zugeständnis an die Copyright-Rechte der Filmindustrie, um eine Kopie der Aufnahmen unmöglich zu machen. Auch die Weitergabe der Festplatte oder des Sticks an einen Freund ist sinnlos, da der Speicher von einem anderen Fernseher nicht lesbar ist. Selbst an einem baugleichen zweiten TV-Gerät ist ein Abspielen der Filme nicht möglich. Auch können die Aufnahmen nicht über ein Netzwerk etwa auf eine Netzwerkfestplatte oder einen Computer gespeichert werden.

USB-Stick oder Festplatte: Sobald man einen (formatierten) USB-Massenspeicher an einen entsprechenden Fernseher anschließt, erkennt dieser das Gerät und zeigt dessen Inhalt an. Wenn eine Sendung aufgenommen wird, speichert der Fernseher diese auf dem USB-Datenträger. Die Verwaltung dieses Archivs erfolgt durch das Fernsehgerät. Die Aufnahmezeit für hochauflösende Sendungen (HD) beträgt 8 Minuten pro GB Speicherplatz, für Standardsendungen 28 Minuten (SD). Für längere Filmaufnahmen lohnt sich daher der Einsatz von USB-Festplatten.

Die Verwendung von USB-Speichersticks ist bei SD-Aufnahmen sinnvoll. Ein Spielfilm mit einer Länge von 130 Minuten benötigt rund 5 Gigabyte Speicherplatz. Damit lassen sich auf einem 32 Gbyte großen Stick sechs „große" Filme unterbringen. Bei einem HD-Film sind zirka 17 GByte notwendig, der gleiche Stick würde also nur für einen Film reichen.

Wer per USB-Recording eine Sendung aufzeichnet und gleichzeitig ein anderes Programm sehen möchte, benötigt einen Fernseher mit zwei separaten Tunern. Nur dann ist der Fernseher in der Lage, zwei Sender vollkommen getrennt voneinander zu behandeln.

Darauf ist zu achten

- Zwei Tuner müssen im Fernseher zum gleichzeitigen Aufnehmen und Sehen von Sendungen vorhanden sein.
- USB-Sticks- und Festplatten vor dem Verkauf ausprobieren. Nicht jedes Produkt läuft an jedem TV-Display.
- Preiswerte USB-Sticks neigen eher zu Schreib-Lese-Fehlern und liefern häufig zu geringe Datenübertragungsraten, was zu ruckelnden Wiedergaben führt.

Lieblingsfilme auf Tastendruck – ist an den Samsung HU8590 Curved UHD TV ein USB-Speicher angebunden, so lässt sich per Time Shift eine Sendung zeitversetzt ansehen. Bis zu zwei Sendungen können gleichzeitig aufgenommen werden, während eine andere angeschaut wird.

Für AV-Anwendungen konzipiert – die USB-Festplatte My Passport AV-TV von Western Digital ist sofort einsatzbereit und mit 500 GByte und 1 TByte verfügbar. Dank USB 3.0 erlaubt die Festplatte das Aufnehmen einer Sendung und gleichzeitiges Abspielen einer Aufnahme.

Viel Platz – die STOR.E Canvio Desktop von Toshiba kommt ohne Lüfter aus, ist im Betrieb nicht zu hören und lässt sich horizontal oder vertikal aufstellen. Durch ihre abwärtskompatible USB-3.0-Schnittstelle werden auch HD-Filme ruckelfrei übertragen. Die Speicherkapazität von 4 TByte oder 5 Tbyte reicht auch für umfangreiche Filmarchive.

KÖLN MESSE
Gamescom macht Köln für fünf Tage zum Mekka der Spielefans

Für Gamer sind Konsolen ein wichtiger Bestandteil ihres Lebens: Neun von Zehn (92 Prozent) sagen, dass sie eher nicht oder gar nicht auf ihre Spielkonsole verzichten könnten. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM. In Deutschland nutzt

Vom 13. bis 17. August 2014 findet die gamescom statt. Spiele-Fans aus aller Welt dürfen sich also schon jetzt auf die Neuheiten der Computer- und Videospielindustrie freuen.

jeder Dritte (34 Prozent) eine Spielkonsole. Dies entspricht 24 Millionen Bundesbürgern, ein Plus von 33 Prozent gegenüber 2013 (18 Millionen Nutzern). Eine umsatzstarke Zielgruppe für Handel und Hersteller. Die gamescom, Weltleitmesse für Computer- und Videospiele, ist im August Dreh- und Angelpunkt der Szene.

Breites Angebot: Alle namhaften Hard- und Softwarehersteller werden auch in diesem Jahr wieder in Köln vertreten sein. Als führendes Messe- und Eventhighlight der interaktiven Unterhaltungsindustrie adressiert die Messe Konsumenten und Fachbesucher gleichermaßen. Erstmals vertritt die Nordic Region als Partnerregion die internationale Aussteller-Gemeinschaft von Dänemark, Finnland, Island, Norwegen und Schweden auf der gamescom. Mit mehr als 700 Unternehmen, über 7.000 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von über 1.5 Mrd. EUR in 2013 ist die Spiele-Industrie die am schnellsten wachsende Branche in der nordischen Region. Hierzu sagt **Katharina C. Hamma**, Geschäftsführerin der Koelnmesse GmbH: „Die Nordic Region ist ein sehr innovativer und wachstumsstarker Markt. Die Präsentation der einzelnen Unternehmen unter dem Zusammenschluss einer Region ist sehr effektiv. Es freut uns daher, dass wir mit Unterstützung des Nordic Game Institute die gesamte Region als Partnerregion präsentieren können."

Casual Games auf dem Vormarsch: Eine gemeinsame Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GFK) und des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) hat ergeben: In Familien mit Kindern wird am meisten gespielt: Während in jeder zweiten Familie mit Kindern unter 18 Jahren bzw. unter 14 Jahren gespielt wird, ist das nur in jedem dritten Haushalt ohne Nachwuchs der Fall. Vor allem Sport- und Gesellschaftsspiele, bei denen sich Alt und Jung gegeneinander messen können, tragen dazu bei, dass sich Spielen zu einem Gemeinschaftsevent in der Familie entwickelt. Aber auch neue Spielkonzepte, bei denen Kriminalfälle oder Rätsel gemeinsam gelöst werden, bieten viel Potenzial für das gemeinsame Spielerlebnis in der Familie. Dieser Entwicklung wird auch die gamescom 2014 gerecht und bietet in der Halle 10 zahlreiche kinder- und familienaffine Rahmenprogrammpunkte.

Katharina C. Hamma – „Mit Unterstützung des Nordic Game Institute präsentieren wir die Region auf der gamescom."

www.gamescom.de

Zentrum der Videogamer – auf der gamescom trifft sich alles, was in der Videospiel- und Konsolenwelt Rang und Namen hat. Im letzten Jahr stellten rund 450 Unternehmen aus, dieses Jahr werden es noch mehr.

Besuchermagnet – auch in diesem Jahr wird sich die Messe Köln über einen gewaltigen Zuspruch bei den Konsumenten freuen dürfen. Wer wissen will, was morgen aktuell ist, informiert sich auf der gamescom.

Anfassen und ausprobieren – wie hier auf dem Stand von Sony Computer Entertainment zeigen die Hersteller, was den Gamer bis Jahresende erwartet und viele Spiele können vor Ort bereits angetestet werden.

GIGASET

Gigaset Elements sichert ohne Aufwand Haus und Wohnung

Im Jahr 2013 verzeichneten die Landeskriminalämter über 149.500 Einbrüche in Wohnungen und Häusern. Somit wird rund alle dreieinhalb Minuten ein Einbruch begangen. Kri-

In vielen Orten Deutschlands steigt die Zahl der Einbrüche rasant an. Die Landeskriminalämter melden, je nach Bundesland, Zuwächse von bis zu 33 Prozent. Gigaset bietet wirkungsvolle Hilfe.

minologen gehen zusätzlich von einem „nicht unerheblichen Dunkelfeld" aus. Es gibt also noch weit mehr Einbrüche, die jedoch nicht bei der Polizei gemeldet werden.

Die seit Jahren steigenden Zahlen werden seitens Polizei und Kriminalämtern einerseits organisierten Einbrecherbanden zugeschrieben, aber auch einer wachsenden Schaar Gelegenheitstäter, die mit Schraubenziehern ungesicherte Türen oder Fenster aufbrechen. So oder so, die Chancen auf Aufklärung sind gering – durchschnittlich nur etwa jeder sechste Fall kann von der Polizei erfolgreich abgeschlossen werden.

Kostengünstige Alternative: Mehr noch als die möglichen finanziellen Schäden der Betroffenen, wiegt deren seelisches Trauma. Zum Betroffenen kann jeder werden, doch längst nicht jeder hat das Geld für eine oft teure, professionelle Alarmanlage, die darüber hinaus im weiteren Alltag kaum einen Nutzen bietet. Gigaset elements, die innovative Lösung für intelligentes Wohnen, bietet eine kostengünstige Alternative.

Reisezeit ist Einbruchszeit: Vor allem die Urlaubszeit zieht Täter an. Wohnungen und Häuser sind oftmals mehrere Tage am Stück unbeaufsichtigt – genug Zeit, um sich einen Überblick zu verschaffen, die Tat zu planen und entsprechend umzusetzen. Ist die Tür erst einmal offen, kann viel Zeit vergehen, bis jemand die Tat bemerkt oder meldet. Gerade in anonymen Wohnsituationen, in denen man Nachbarn und Mitbewohner kaum kennt, kommt es sogar vor, dass Zweit- und Dritttäter die Wohnung betreten und Dinge entwenden, die für die ursprünglichen Einbrecher nicht von Wert waren. Eine klassische Alarmanlage bietet zwar guten Schutz, hat aber meistens keinerlei Zusatzfunktionen, die den Rest des Jahres genutzt werden können. Wer den Schutz seines Zuhauses kostengünstig verbessern und dieses darüber hinaus auch noch intelligenter machen will, ist mit Gigaset elements bestens bedient.

„Gigaset elements will mehr als eine Alarmanlage sein", sagt **Torsten Velker**, Leiter Home Solutions bei Gigaset, „Unser System ist eine wegweisende Lösung für vernetztes Wohnen, das dank seiner Sensoren und Aktoren auch für mehr Sicherheit in Wohnung und Haus sorgen kann. Haus- oder Wohnungstür sowie Fenster sind besonders gefährdet. Genau hier können unsere Sensoren door und window angebracht werden. Schon wenn sich ein Eindringling dort zu schaffen macht, melden die Sensoren dies dem Nutzer via Smartphone oder aktivieren automatisch siren, die Alarmsirene."

Torsten Velker – „Unser System sorgt dank seiner Sensoren und Aktoren für mehr Sicherheit in Wohnung und Haus."

Abschreckung hilft: In vielen Fällen kann dies bereits den entscheidenden Unterschied ausmachen. Vier von zehn Einbrüchen listet die Polizei als „Versuche", die abgebrochen wurden, da die Täter gestört oder durch einen Alarm verscheucht wurden. 'Gigaset elements' reagiert somit nicht erst, wenn ein Einbruch stattgefunden hat, sondern informiert seine Nutzer bereits über mögliche Einbruchsversuche, während siren für sofortige Alarmierung und Abschreckung vor Ort sorgt.

'Gigaset elements' ist ein intelligentes, sensorbasiertes und Cloud-gestütztes System für das Zuhause. Es ist kostengünstig, modular erweiterbar und leicht zu installieren.

www.gigaset-elements.de

Einfache Montage, sicherer Betrieb – die einfach zu montierenden Melder der Gigaset-Elements-Serie arbeiten mit Batterien und lassen sich überall schnell anbringen. Per Tastendruck melden sie sich automatisch an der Basisstation an und sind in wenigen Minuten einsatzbereit, wie der hier montierte Türsensor zeigt.

Vom Start weg alles im Griff – das Starter Kit besteht aus der Basisstation, einem Bewegungsmelder sowie einem Türsensor und ist für 199,99 Euro verfügbar. Die zusätzlichen Elemente 'door', ‚motion', 'window', 'siren' und 'camera' kosten jeweils 49,99 Euro. Die Smartphone App ist kostenlos. Für die Benutzung fallen keine Zusatzkosten an.

Die aktuellen Produkte von Gigaset elements:

- **app** (Applikation): Mit der kostenlosen App ist das Zuhause nur noch einen Klick entfernt. Sie ermöglicht dem Anwender jederzeit zu reagieren, wenn außerplanmäßige Ereignisse auftreten sollten.
- **base** (Basisstation): Die Grundlage zur Nutzung von „Gigaset elements" und die Verbindung zwischen Sensoren und Smartphone.
- **motion** (Bewegungsmelder): Kabellos und batteriebetrieben detektiert „motion" Bewegungen von Menschen zuhause.
- **door** (Türsensor): Kabellos und batteriebetrieben unterscheidet „door" zwischen normalem Türöffnen und einem Einbruchsversuch.
- **window** (Fenstersensor): Kabellos und batteriebetrieben informiert „window" über den aktuellen Zustand des Fensters, sowie Öffnen und Schließen.
- **siren** (Alarmsirene): Im Falle eines Einbruchsversuchs gibt „siren" ein lautes und abschreckendes Alarmgeräusch von sich – effektiv vor allem gegen Ersttäter.
- **camera** (Kamera): Nichts entgeht dem Blick der Kamera und man sieht jederzeit, was zu Hause passiert.

AUDIO • VIDEO • TV

LG
Lichtstarker LED-Projektor PA1000

Bei Projektoren hat sich einiges getan. Vorbei sind die Zeiten klobiger und lauter Stromfresser, die meist nur stationär einsetzbar im Format eines Reisekoffers unter der Decke hingen. Der PA1000 von LG nutzt die moderne LED-Technologie, die mittlerweile nicht nur eine extrem kompakte Bauweise, sondern auch eine starke Lichtleistung mit brillanter Bildqualität ermöglicht. Wer auswärts schauen möchte,

steckt den PA1000 mit seinen 1,2 Kilogramm im Taschenbuchformat von 170x230x44 Millimetern in die Tasche und nimmt das bis zu 100 Zoll große HD ready-Bild mit zu Freunden. Auch im Urlaubsgepäck ist das kleine schwarze Kraftpaket schnell verstaut und binnen Minuten im Hotelzimmer oder am Campingplatz einsetzbar. Vielfältige Anschluss- und Bildübertragungsmöglichkeiten via Wi-Di/Wi-Fi built in, HDMI (MHL), USB oder RGB erlauben volle Flexibilität und machen den Beamer jederzeit schnell einsatzbereit.

www.lge.de

Gembird
Die DCAM-006 Dashcam filmt mit zwei Linsen gleichzeitig

Das neue Dashcam-Modell von GEMBIRD ist eine leicht zu bedienende Full HD-Autokamera mit zwei Linsen, Nachtsichtfunktion, integriertem Mikrofon und Lautsprecher. Die DCAM-006 bietet dank der zwei 120° Weitwinkelobjektive mit 4-fach digitalem Zoom einen besseren Überblick. An der Seite der Kamera wurde eine zusätzliche Linse integriert, die sich um 180° drehen lässt und damit gleichzeitige Aufnahmen verschiedener Ansichten ermöglicht. Neben der Frontansicht kann mit der zweiten Linse zeitgleich die Seiten- oder Rück-/Heckscheiben-Ansicht aufgezeichnet werden. Der Akku lässt sich während der Fahrt aufladen.

www.gembird.de

Metz
Pureo 55/47/42/32 Media-Familie

Metz hat seine TV-Produkte um den schlanken Pureo in zeitloser Optik erweitert, der in den Größen 55, 47, 42 sowie 32 Zoll erhältlich ist. 4 HDMI-Anschlüsse und zwei USB-Buchsen ermöglichen vielseitige Anschlussmöglichkeiten. Sein Bild überzeugt mit LED-Technik und 200Hz mecaVision-Bildtechnologie. Der Pureo Media ist ab 699, Euro verfügbar.

www.metz.de

Marantz
Lifestyle-AV-Receiver NR1605

Marantz stellt einen neuen Netzwerk-AV-Receiver vor. Dank integriertem WLAN und Bluetooth können Musik- und Filmliebhaber mit dem NR 1605 drahtlos auf digitale Dateien von jedem Speicherort in ihrem Heimnetzwerk oder auf Mobilgeräten zugreifen. Der NR1605 unterstützt Fernseher und Quellen der nächsten Generation, die 4K-Ultra-HD-Videos wiedergeben können.

www.marantz.de

INFORMATIONS-TECHNOLOGIE

TP-Link
WLAN-Router mit HD-Streaming

Ideal für unterwegs ist der mobile 3G/UMTS-WLAN-Router M5360 von TP-LINK. Mit ihm kann man unterwegs auf einfache Weise einen 3G-Hotspot errichten. Und das dank HSPA+ mit bis zu 21,6 Mbit/s schnellen Downloads und 5,76 Mbit/s Upload-Geschwindigkeit. Bis zu 17 Stunden lang stellt der Langläufer ein WLAN für Notebooks, Smartphones und Tablets bereit.

www.tp-link.com

Toshiba
Speichersticks mit USB 3.0

Toshiba erweitert sein Angebot an USB-3.0-Speichersticks um kostengünstige Modelle der Einstiegsklasse. Im Vergleich zur Laufwerksgeneration mit USB-2.0-Schnittstelle sind sie zweimal schneller. Die neuen TransMemory-Laufwerke sind mit Speicherkapazitäten von 8 GB, 16 GB, 32 GB und 64 GB verfügbar.

www.toshiba.de

D-Link
Gigabit Cloud Router DIR-880L

Mit dem AC1900 SmartBeam Gigabit Cloud Router DIR-880L von D-Link gehören ruckelnde Videos und lange Ladezeiten der Vergangenheit an. Das Gerät ist mit Dualband-Technologie und drei externen Antennen ausgestattet und bietet bis zu 1900 Mbit/s Datendurchsatz. Der DIR-880L ist ab sofort zum Preis von 180,- Euro verfügbar.

www.dlink.com

ACV
Padbay bietet sicheren Zugriff auf das iPad mini im Armaturenbrett

Mit Padbay lässt sich das iPad mini durch einfaches Einschieben optisch wie mechanisch perfekt vor der Autoradioblende in optimaler Bedienreichweite platzieren. Das Radio (1-DIN oder 2-DIN Nachrüstgerät mit Bluetooth-Audio A2DP) bleibt weiterhin erhalten. Das Apple Pad wird einfach via Bluetooth mit dem Autoradio gekoppelt und ist dann dessen Multimedia-Oberfläche vorgelagert. Die kostenlose Padbay App vereint alle wichtigen Funktionen des iPads und ermöglicht eine komfortable Bedienung. Optional lässt sich die App dem Fahrzeugdesign anpassen. Fahrzeugspezifische Lenkradfernbedienungs- und Display-Adapter sind als Zubehör optional verfügbar.

www.acvgmbh.de

LG
Schnelle G Pad Tablets

Die drei neuen G Pads G Pad 7.0, G Pad 8.0 und G Pad 10.1 sind mit ihrer ausgewogenen Kombination aus Leistung, Individualität und Preis im mittleren Marktsegment angesiedelt. Mit ihren abgerundeten Kanten liegen die Tablets gut in der Hand. Die QPair 2.0 App vereinfacht die Kopplung von Tablets und Smartphones.

www.lge.de

Verlag
P.O.S. Media GmbH
Leostraße 31, 40545 Düsseldorf
Telefon+49 211 86 29 92-0
Telefax +49 211 86 29 94 22
ce.info@ce-trade.de
Chefredaktion
Peter Lanzendorf
Consumer Electronics
peter.lanzendorf@ce-trade.de
Volker Wachs DGPh
Foto + Digital Imaging
Energie+Licht
volker.wachs@ce-trade.de
Redaktion
Claudia Holanda, ce.info@ce-trade.de
Bernhard Reimann, bernhard.reimann@ce-trade.de; Internet-Redaktion: Bernhard Reimann
Redaktion Österreich
Dr. Ludwig Flich
Bäckerstraße 14, A-1010 Wien
Tel./Fax +43 1 94 606 42
ludwig.flich@chello.at
Redaktion Schweiz
Martin Sigrist
Seefeldstrasse 219,
CH-8008 Zürich
Telefon + 41 1 383 06 33
Fax +41 1 383 89 79
martin.sigrist@ce-trade.ch
Mitarbeiter
Ulrike Goreßen, Ulf Schneider
Autoren in dieser Ausgabe
Hans Zippert, Orion Dahlmann
Grafik und Layout
Sabine Stein, Korschenbroich
www.studio-eins.de
Anzeigenmarketing
Claudia Holanda
claudia.holanda@ce-trade.de
Tel. +49 211 86 29 92 0
Fax +49 211 86 29 94 22
Gültig ist die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2013
Erscheinungsweise
11 Ausgaben p. a.
Abonnement
Jahresabonnement 27,- Euro
Druck druckservice duisburg medienfabrik GmbH & Co. KG

Haftung
Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos oder Datenträger wird keine Haftung übernommen. Für mit Namen oder Signatur gekennzeichnete Beiträge übernimmt die Redaktion ausschließlich die presserechtliche Verantwortung. Für den Fall, dass Beiträge oder Informationen unzutreffend sind, haftet der Verlag nur beim Nachweis grober Fahrlässigkeit.
Urheberrecht
Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, Vervielfältigung sowie Speicherung (auch auszugsweise) sind ohne schriftliche Genehmigung des Verlages nicht gestattet.

Verbreitete Auflage
23.733 1. Quartal 2013
Verkaufte Auflage
9.797 1. Quartal 2013

IVW-geprüft
Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf